

Points Communs

La revue du français à visée professionnelle

N°29 octobre 2006

ENTRETIEN

L'accueil des étudiants étrangers dans les universités françaises

Elie Cohen

RECHERCHE EN DIDACTIQUE DU FOS ET DE L'ÉVALUATION

Dispositifs TICE pour la préparation linguistique des étudiants étrangers

Florence Michau

PAGES DU DROIT

Marché international du droit et marché du français juridique

Éliane Damette

TÉMOIGNAGE

Programme et cursus pour étudiants étrangers à l'université de Furtwangen

Annick Wehrle

NOUVEAUTÉS ÉDITION



DOSSIER PÉDAGOGIQUE

Le marché chinois : une opportunité pour CHRISTIAN S.A. ?

Anne Ract-Madoux



Le français dans le monde

Revue de la Fédération Internationale des Professeurs de Français

Abonnement Formule Simple 1 an

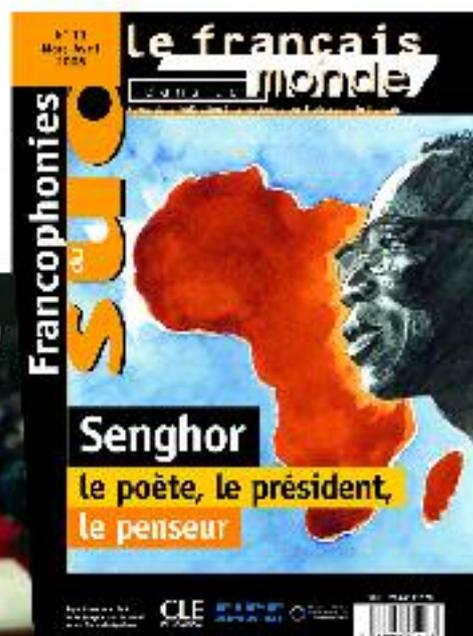
6 numéros par an

+ 2 CD audio avec leur livret d'accompagnement,

+ 2 suppléments *Francophonies du Sud*

Dans chaque numéro :

- Des comptes rendus d'**expériences** et des **fiches pratiques**
- L'actualité de la **culture**, de la société en France et dans la francophonie
- Les outils **documentaires** du domaine brièvement analysés
- Des informations sur la **communauté** des professeurs de français



Pour les passionnés de didactique,

Abonnement Formule Référence 1 an

+ 2 numéros spéciaux :

Recherches et applications

Pour vous abonner :

Tél. 33 (0)1 45 87 43 26 - Fax 33 (0)1 45 87 43 18

adresse : 9, avenue Pierre de Coubertin
75211 Paris Cedex 13, France

mél : fdlm@fdlm.org

Site <http://www.fdlm.org>

en cadeau

génération 05

Pour tout
Abonnement
et Réabonnement
le CD « Génération 05 »

SOMMAIRE

ÉDITO



Chers lecteurs,

Je vous souhaite tout d'abord une excellente rentrée académique, qui est aussi pour moi une occasion de vous donner quelques informations.

La 33^e université d'été de la CCIP a rassemblé cette année encore, environ 200 enseignants venus d'une vingtaine de pays pour suivre nos formations à travers un large choix de modules. Le DDIFOS (le Diplôme de didactique du français sur objectifs spécifiques) a accueilli sa deuxième promotion d'enseignants lors de cette université. Il est maintenant reconnu par

l'Université de Grenoble et l'Université d'Artois et une vingtaine d'enseignants doivent obtenir ce diplôme dès le mois de novembre prochain.

Par ailleurs, dans le cadre de notre stage « Gérer un organisme culturel à l'international », un nouveau diplôme, le DAMOCE (Diplôme de management des organismes culturels à l'étranger), a été préparé par plusieurs futurs responsables et candidats à la direction d'organismes culturels.

Notre actualité récente, c'est aussi et avant tout la reconnaissance officielle du TEF, depuis le 16 octobre dernier, par le ministère de l'Immigration et des Communautés Culturelles du Québec pour l'évaluation des compétences linguistiques des requérants à l'immigration. De nouveaux publics peuvent donc dès à présent avoir recours à cet outil de mobilité internationale dont la reconnaissance ne cesse de s'élargir.

Autre nouveauté : la CCIP, dans son souci de continuer à défendre et développer l'enseignement du français à visée professionnelle, met en place dès cette rentrée universitaire un Master 2 professionnel « Français Langue de spécialité » en partenariat avec l'université Paris IV Sorbonne.

Ce numéro 29 de Points Communs est largement centré sur l'accueil des étudiants étrangers en France ; cette thématique se trouve au cœur de la mobilité mondiale et européenne. Ces pages font écho à la journée d'étude organisée à Arras par l'Université d'Artois et la CCIP en juin dernier et à laquelle ont participé de nombreux acteurs institutionnels et universitaires. A ce titre nous remercions vivement Monsieur Elie Cohen, président du conseil pour le développement de la mobilité chez les étudiants au sein de la DREIC (Direction des relations européennes internationales et de la coopération) au ministère de l'Education nationale, pour l'entretien qu'il nous a accordé.

Je remercie également vivement l'ensemble des rédacteurs de ce numéro : Florence Michau, pour son article sur FILIPE, projet innovant pour l'accueil et la préparation linguistique des étudiants étrangers intégrant des filières scientifiques ; Eliane Damette qui met ici en regard le marché international du droit et le marché juridique français ; Anne Ract-Madoux qui a assuré le dossier pédagogique de ce numéro. Merci enfin à Annick Wehrle pour son éclairage d'outre-Rhin sur l'accueil des étudiants étrangers à l'université.

Bonne lecture et à très bientôt dans le prochain numéro.

Guilhène Maratier-Decléty

Directeur des Relations Internationales de l'Enseignement
Adjoint au Directeur de l'Enseignement

ENTRETIEN P. 4 - 6

L'accueil des étudiants étrangers dans les universités françaises
Elie Cohen

RECHERCHE EN DIDACTIQUE DU FOS ET DE L'ÉVALUATION P. 7 - 10

Dispositifs TICE pour la préparation linguistique des étudiants étrangers
Florence Michau

DOSSIER PÉDAGOGIQUE P. 11 - 21

Le marché chinois : une opportunité pour CHRISTIAN S.A. ?
Anne Ract-Madoux

PAGES DU DROIT P. 23 - 25

Marché international du droit et marché du français juridique
Eliane Damette

NOUVEAUTÉS ÉDITION P. 26

TÉMOIGNAGE P. 27 - 32

Programme et cursus pour étudiants étrangers à l'université de Furtwangen
Annick Wehrle

EN DIRECT DE LA DRIE P. 33

APPEL À COMMUNICATIONS P. 35

BULLETIN D'ABONNEMENT P. 37

AGENDA P. 38

→ Elie Cohen
**Président du Conseil national
 pour le développement de
 la mobilité internationale
 des étudiants**



L'accueil des étudiants étrangers dans les universités françaises

1. Elie Cohen, vous êtes président du Conseil national pour le développement de la mobilité internationale des étudiants placé auprès du ministère des Affaires étrangères et du ministère de l'Éducation nationale. Pourriez-vous nous rappeler les principales orientations du gouvernement français quant à la mobilité des étudiants ?

Au cours des dernières années, les orientations de la politique du gouvernement en matière de mobilité ont connu un très important développement marqué par l'enrichissement de l'ensemble des objectifs poursuivis.

Bien sûr, les objectifs traditionnels de la politique d'accueil des étudiants internationaux gardent toute leur importance. En accueillant des étudiants étrangers de bon niveau académique en nombre croissant, il s'agit de contribuer au renforcement du rayonnement culturel et linguistique de notre pays en formant des jeunes qui participeront à l'encadrement futur du secteur public et du secteur privé dans leur pays d'origine ; à cet égard, la politique de mobilité s'inscrit dans le champ d'une politique de rayonnement et d'influence. En outre, cette politique poursuit traditionnellement un objectif de solidarité et d'aide au développement ; orientée principalement vers les pays du Sud et, de façon plus générale, vers des pays amis qui ont besoin d'un concours extérieur, elle tend au renforcement de leur potentiel de formation et à la préparation de leur encadrement administratif, scientifique, technologique et économique.

Outre ces objectifs traditionnels, la politique de mobilité est désormais inscrite dans le cadre d'une stratégie multiforme de renforcement de l'attractivité de la France et de son enseignement supérieur. Dans une économie et une société de la connaissance, la puissance, la compétitivité et la prospérité de chaque pays sont liées au développement de sa capacité de recherche et d'innovation et à la qualification de sa population. Dès lors, la formation à haut niveau de la population locale ainsi que l'attraction des meilleurs étudiants, des meilleurs enseignants et chercheurs étrangers tend à élargir le potentiel de développement et à consolider la compétitivité du pays. Cette nouvelle perspective conduit à reconnaître un rôle crucial

du système d'enseignement supérieur et de recherche dans le développement de la base productive et de la prospérité à long terme des économies et des sociétés avancées.

Il faut enfin souligner que la poursuite d'une politique d'attractivité internationale de l'enseignement supérieur revêt également une importance nouvelle car les universités et les grandes écoles se livrent, à l'échelle mondiale, à une véritable compétition pour produire la recherche la plus avancée, pour proposer des programmes de formation académique ou professionnelle du plus haut niveau et pour attirer les meilleurs étudiants et les meilleurs chercheurs. Dès lors, chaque système universitaire doit relever un véritable défi pour maintenir et renforcer des pôles d'excellence, aptes à concourir dans cette compétition universitaire internationale, au meilleur niveau. À cet égard, l'international devient une dimension centrale des politiques de développement universitaire ; le renforcement de la mobilité et des coopérations internationales pour les universités ou pour les grandes écoles ne constitue plus un élément parmi d'autres de leur politique de développement ; il devient un des axes majeurs du projet d'établissement et contribue à tirer l'ensemble du système vers le haut.

Quelles mesures le ministère des Affaires étrangères et le ministère de l'Éducation nationale ont-ils prises pour améliorer les conditions d'accueil en France des étudiants étrangers ?

Dans sa nouvelle configuration, la politique de mobilité universitaire conçue comme une partie intégrante de la stratégie d'attractivité internationale de la France acquiert une ampleur et une complexité qui imposent une mobilisation très large de l'État, des établissements d'enseignement supérieur et de très nombreux acteurs publics ou privés. Par exemple, l'amélioration des conditions d'accueil des étudiants étrangers mobilise au premier chef les ministères de l'Éducation nationale et des Affaires étrangères ; mais elle s'appuie également sur les services d'autres ministères qui exercent une tutelle sur des établissements d'enseignement supérieur (agriculture, industrie, santé ou défense) et sur ceux du ministère de l'Intérieur pour toute question relative aux titres

de séjour ou sur ceux du ministère chargé de la santé et du travail pour les questions relatives à la couverture sociale et à l'accès à des possibilités d'emploi à temps partiel en cours d'études.

Au cours des dernières années, la mise en place du programme gouvernemental « *Attractivité de la France* » lancé en juin 2003 a constitué un cadre propice à la préparation et à la mise en œuvre de très nombreuses mesures d'amélioration de la politique d'accueil des étudiants, des enseignants et des chercheurs internationaux. Plusieurs dizaines d'actions ont été ainsi lancées dans le cadre de cette stratégie d'attractivité. Pour éviter une énumération fastidieuse de ces mesures, on peut souligner qu'elles s'inscrivent dans trois directions principales.

Dans une première perspective, les mesures arrêtées visent à l'amélioration de l'offre de formation et de recherche proposée aux étudiants et aux universitaires internationaux.

La transformation principale introduite dans cette perspective concerne la refonte de l'architecture des cursus universitaires et de la gamme des diplômes nationaux dans le cadre de la réforme dite LMD, « licence, master, doctorat ».

En faisant converger la structure des programmes vers des standards internationaux, cette politique améliore la lisibilité extérieure de l'enseignement supérieur français et facilite

l'organisation de la mobilité, tant pour les universitaires internationaux avec lesquels les coopérations seront plus aisées à négocier que pour les étudiants internationaux qui pourront, avec plus de facilité, organiser leur parcours en y incluant un séjour d'études en France. Outre cette réforme aujourd'hui étendue à la plupart des établissements d'enseignement supérieur français, les améliorations portent sur de très nombreux autres points plus spécifiques : la diversification des langues d'enseignement, la capitalisation des crédits acquis en cours de formation, la proposition de parcours plus flexibles, l'extension de la professionnalisation, le développement de l'alternance constituent quelques exemples des améliorations introduites ou généralisées récemment et qui bénéficient tant aux étudiants internationaux qu'à leurs condisciples français.

Dans une deuxième perspective, les améliorations portent sur l'environnement administratif et institutionnel de la mobilité. Elles concernent les procédures académiques ou administratives requises pour les inscriptions, la délivrance des visas qui permettent d'entrer sur le territoire, la délivrance des titres de séjour, l'autorisation d'exercer une activité

professionnelle à temps partiel ou la couverture sociale. Dans ce domaine également de très nombreuses mesures ont été récemment adoptées et mises en œuvre. Parmi les décisions les plus marquantes, il faut souligner l'importance de la création des centres pour les études en France (CEF). Ce dispositif consiste dans la mise en place de structures de coordination entre les postes diplomatiques chargés de délivrer les visas aux étudiants étrangers candidats à la mobilité vers la France et les établissements d'enseignement supérieur dont la décision reste souveraine pour la délivrance des inscriptions universitaires. Grâce à la mise en place de modalités personnalisées d'accueil et à l'utilisation des technologies adaptées de communication, ces centres permettent à la fois de mieux accueillir les candidats, d'établir un échange entre les établissements et les postes diplomatiques sur les informations pertinentes contenues dans leur dossier et de rendre plus transparente la progression de la procédure pour les candidats. Expérimenté pour la première fois en Chine puis

étendu à une vingtaine de pays, ce dispositif est déjà opérationnel sur des sites qui réunissent plus de 50 % des candidatures à la mobilité vers la France.

Un autre ensemble d'améliorations marquantes a été introduit à l'occasion de l'élaboration de la rédaction de la loi du 24 juillet 2006 relative à l'immigration et à l'intégration. Ce texte confirme le statut privilégié dont bénéficie la mobilité des étudiants et des scientifiques.

Il prévoit des améliorations telles que la possibilité d'un visa valant premier titre de séjour, la possibilité d'un renouvellement du titre de séjour étudiant pour plusieurs années et la possibilité d'un prolongement du séjour en fin de cursus pour permettre à l'étudiant diplômé de réaliser, en France, une première expérience professionnelle. De façon générale, l'évolution des dispositifs administratifs relatifs à la mobilité étudiante est ainsi marquée par le souci d'équilibrer des impératifs légitimes de gestion des flux et la ferme volonté de renforcement de l'attractivité de l'enseignement supérieur français.

Dans une troisième perspective, l'effort porte sur l'amélioration de l'environnement de vie et de travail proposé aux étudiants internationaux accueillis en France. Dans ce domaine, la France peut se prévaloir de réalisations de grande ampleur. L'élément qu'il est aisé de mettre en avant porte sur le vaste dispositif de bourses qui mobilise plus de 100 millions d'euros sur un financement assuré par l'État ; en outre, les collectivités territoriales ont mis en place de nombreux dispositifs d'aide d'ampleur plus limitée,



mais qui contribuent également à faciliter l'organisation de l'accueil. Cependant, l'aspect majeur de l'effort national en faveur de la mobilité universitaire a trait à la prise en charge par les finances publiques de l'essentiel du coût des études des étudiants étrangers accueillis et qui bénéficient soit de la quasi gratuité du cursus en France soit d'une contribution limitée à un niveau nettement inférieur au coût réel des programmes ; on peut estimer à 2,4 milliards d'euros le montant ainsi pris en charge par les finances publiques pour financer les études suivies en France par les étudiants étrangers. C'est dans le domaine du logement étudiant que les difficultés les plus sérieuses continuent de se manifester ; avec un parc de 150 000 places en résidence universitaire pour 2,2 millions d'étudiants, la France se heurte à une pénurie globale de logements pour les étudiants, malgré un traitement favorable réservé aux étudiants internationaux qui représentent plus de 25 % des résidents en cité universitaire alors qu'ils ne constituent que 12 % des effectifs globaux. C'est sur ce terrain que la nécessité de progresser à moyen terme se fait la plus impérieuse pour que les étudiants internationaux trouvent des conditions matérielles d'accueil en rapport avec la qualité des programmes académiques qui leur sont proposés.

Le ministère des Affaires étrangères a annoncé la création de Campus France en mai dernier. Quels sont les objectifs et les moyens d'action de cette nouvelle agence pour la mobilité universitaire et scientifique ?

L'annonce de la création d'une nouvelle agence pour la mobilité universelle universitaire et scientifique s'inscrit dans la perspective d'une rationalisation de l'action de plusieurs opérateurs qui concourent à la gestion de la mobilité internationale des étudiants.

Dans la situation actuelle, l'agence Edufrance assure, à l'étranger, la diffusion d'informations et la promotion relative à l'offre française d'enseignement supérieur. Egide est une association spécialisée dans la gestion de programmes de bourses financés par le gouvernement français ou par des gouvernements étrangers et dans l'accueil d'étudiants et de stagiaires internationaux. Enfin, le réseau du CNOUS (Centre national des œuvres universitaires et scolaires) exerce, outre son activité de logement et de restauration au bénéfice de l'ensemble des étudiants, une activité significative de gestion de programmes de bourses, d'accueil et d'hébergement d'étudiants internationaux. La coordination entre les actions conduites par ces trois opérateurs permettrait sans doute de rationaliser l'utilisation des ressources qui leur sont allouées et d'améliorer la qualité de l'accueil au bénéfice des étudiants internationaux. Le périmètre de la nouvelle agence, la répartition des missions entre les différents acteurs ainsi que la coordination avec les établissements d'enseignement

supérieur sont en cours de discussion entre les organismes concernés, les conférences représentatives des établissements d'enseignement supérieur et les deux ministères de tutelle.

À plus long terme, quelles actions envisagez-vous de mettre en place ?

Pour la plupart, les mesures déjà adoptées supposent la poursuite de l'effort engagé à moyen ou long terme. Il faut espérer que la continuité de cet effort sera assurée aussi longtemps que nécessaire.

Au-delà, le facteur déterminant porte sans doute sur des mesures structurelles visant à renforcer la capacité d'action et le rayonnement des établissements français d'enseignement supérieur à l'étranger. Dans cette perspective, on peut attendre beaucoup des nouvelles structures de coordination et de mutualisation encouragées par les pouvoirs publics pour permettre aux établissements français d'atteindre la taille critique dans leurs initiatives de coopération internationale, tant en matière d'enseignement qu'en matière de recherche. Ainsi, les pôles de recherche et d'enseignement supérieur (les PRES) offrent un cadre qui assure des possibilités de soutien aux politiques internationales d'établissements français regroupés à une échelle territoriale appropriée, dans le cadre de stratégies visant à la valorisation scientifique, technologique et économique de sites clairement identifiés.

En quoi ces actions peuvent-elles avoir un impact sur le dynamisme des entreprises françaises ?

Les liens entre les politiques de mobilité et le dynamisme des entreprises s'affirment grâce à trois mécanismes principaux. D'une part, la mobilité contribue à renforcer la capacité française de recherche et à élargir les possibilités d'application compétitive de la science. La politique de mobilité contribue ainsi au renforcement de la capacité d'innovation et de la compétitivité des entreprises françaises.

D'autre part, l'attraction des meilleurs étudiants internationaux renforce les possibilités d'encadrement des entreprises françaises ; elle permet notamment à celles qui développent leur présence à l'international de recruter des cadres formés à la française et aptes à augmenter les capacités de pénétration d'une offre française sur les marchés de leur pays ou de leur zone géographique d'origine.

En troisième lieu, la formation à la française contribue à renforcer l'influence de notre pays auprès des élites de l'administration, de l'économie et des médias des pays d'origine des étudiants accueillis et concourt à l'ouverture de ces pays aux produits proposés par les entreprises françaises. Elle constitue ainsi un mécanisme efficace de préparation ou d'accompagnement de l'effort d'internationalisation des entreprises françaises, qu'il s'agisse de grandes entités ou de PME. ■

Dispositifs TICE pour la préparation linguistique des étudiants étrangers

FILIFE , filière linguistique préparatoire aux études scientifiques et technologiques en France.

Proposition de dispositif pour la compréhension orale du français scientifique.



Le projet FILIFE, filière linguistique préparatoire aux études scientifiques en France, vise à amplifier quantitativement et qualitativement l'accueil d'étudiants étrangers, en particulier non-européens, en France dans les formations scientifiques et technologiques. Il s'inscrit dans l'axe stratégique international de l'université thématique UNIT, université numérique ingénierie et technologie, et est également soutenu par la DREIC, Direction des relations européennes internationales et de la coopération.

L'article présente le contexte général du projet, l'analyse de besoins ayant guidé la réalisation des modules de français scientifique, l'organisation et les résultats déjà obtenus.

CONTEXTE

La formation en France d'étudiants étrangers provenant de pays à fort développement est un enjeu majeur pour notre pays dans le domaine des sciences de l'ingénieur.

Il s'agit en effet d'un choix stratégique pour :

- contribuer au brassage interculturel dans le cadre de la formation de futurs cadres qui, immanquablement, devront

posséder cette dimension internationale,

- contribuer à améliorer la visibilité et la lisibilité de l'offre de formation scientifique et technologique française, et donc renforcer l'attractivité des établissements,

- former des cadres étrangers qui seront aptes à générer et à entretenir des relations fortes avec la France, notamment dans les domaines scientifique, technologique et industriel et qui consolideront le positionnement économique et culturel de la France dans le monde.

Le projet FILIFE s'inscrit dans cette stratégie. Dans le cadre de la mise en place de nouvelles filières bilingues, ou de filières bilingues existantes dans des pays étrangers de culture différente, le projet FILIFE doit conduire le déploiement sur trois ans de services techniques et humains favorisant la préparation linguistique, interculturelle et scientifique des étudiants étrangers pour une poursuite d'études en France après licence.

Les cibles géographiques retenues pour le déploiement sont l'Asie (Chine, Vietnam, Inde, Thaïlande) et l'Amérique latine (Brésil, Mexique, Chili). Le projet est monté et coordonné par un groupe d'établissements d'enseignement supérieur en sciences et technologie, pour l'instant l'Institut national polytechnique de Grenoble, l'Institut national polytechnique de Toulouse, l'Université

technologique de Compiègne, l'Université technologique de Troyes, l'Institut national des sciences appliquées de Lyon, le Groupe des Ecoles des mines et l'Institut national des sciences et techniques nucléaires.

La démarche adoptée par ces établissements vise également à mutualiser les efforts en vue d'aboutir à des méthodes et des outils communs performants à moindre coût.

ANALYSES DE BESOINS

Le projet a été initié avec une première analyse de besoins menée à l'Institut national polytechnique de Grenoble en septembre 2003, en réponse aux difficultés rencontrées par les étudiants non-francophones des masters internationaux. Cette étude a reposé sur des entretiens approfondis avec des enseignants de masters internationaux, des étudiants de masters non-francophones de plusieurs nationalités et des enseignants de français langue étrangère de plusieurs centres de langues en France. Parallèlement ont été menées :

- l'observation d'étudiants nouveaux arrivants placés à la fois en situation d'apprentissage avec les TICE¹ et d'échange verbal en français,
- une analyse approfondie de l'existant en matière d'enseignement du français scientifique et de préparation linguistique utilisant les TICE.

Une mission conjointe Universités tech-

nologiques-Institut national polytechnique de Grenoble, à Pékin et Shanghai en juin 2005, a permis de consolider l'étude de faisabilité précédente dans un premier contexte concret, notamment en ce qui concerne les environnements pédagogique et technique et la validation des flux d'étudiants potentiels.

Ces études ont permis d'aboutir aux résultats suivants. Les étudiants rencontrent des difficultés en raison de leur mauvaise maîtrise de la langue, mais aussi en raison des difficultés d'adaptation culturelle aux méthodes d'apprentissage et d'évaluation françaises, qui diffèrent grandement dans certains cas des logiques et des méthodes d'apprentissage qu'ils ont pratiquées dans leur culture d'origine.

En effet, les méthodes d'apprentissage françaises sollicitent des aptitudes auxquelles l'étudiant chinois n'est pas préparé. Les apprentissages antérieurs l'ont surtout entraîné à mémoriser, au détriment de l'appropriation et du réinvestissement des connaissances. Dans l'enseignement chinois, les contenus sont massivement dispensés au moyen de supports écrits ; l'oral intervient peu, la prise de notes n'est pas une pratique usuelle. Le modèle français se distingue au contraire par l'importance attribuée au cours magistral. Enfin une injonction culturelle de politesse et de respect de l'enseignant, fait que les étudiants répondent spontanément aux questions par l'affirmative et n'avouent pas volontiers leurs difficultés. Le suivi est donc difficile pour les enseignants. La préparation des étudiants aux études en France doit inclure par conséquent une découverte des aspects interculturels de l'apprentissage (prise de notes, analyse critique, relation à l'enseignant, autonomisation et construction du parcours individuel, apprentissage collaboratif...).

Indépendamment des facteurs interculturels, le suivi de cours en français, particulièrement les cours magistraux ou conférences, est une situation critique

pour la plupart des étudiants non-francophones en raison, d'une part, du manque d'entraînement à la compréhension orale et, d'autre part, des particularités du discours scientifique. Le français de spécialité représente en effet un obstacle sérieux, qui persiste même pour les bons locuteurs.

Hormis quelques expérimentations peu développées, les pratiques d'enseignement du français langue étrangère, aussi bien dans nos frontières qu'à l'extérieur, n'incluent pas de préparation au français scientifique.

La mission en Chine a mis en évidence la complémentarité des approches chinoise (basée sur la grammaire) et française (communicationnelle). Une évolution est envisageable vers un modèle hybride, susceptible de mieux préparer les étudiants à la poursuite d'études en France.

Cependant, les différences culturelles dans l'organisation et les pratiques de l'enseignement ne permettent pas d'imaginer une évolution brutale des pratiques : le changement interviendra progressivement et à la condition d'un accompagnement adéquat des formateurs locaux.

OBJECTIF DU PROJET

Les conclusions exposées ci-dessus ont permis de définir un cadre pour remédier en amont, dans les pays d'origine, aux problèmes identifiés. L'ambition du projet est ainsi de produire un modèle pédagogique et un ensemble de ressources multimédia permettant d'intégrer, de manière robuste et adaptée au contexte local, dans la formation en FLE² des filières visées, un dispositif *blended-learning* en FOS³ et en interculturelité.

La maquette globale, FLE, FOS et Interculturalité, se décline en 600 h (heures étudiants) réparties sur 6 semestres du niveau Bac à Licence. Les ressources multimédia créées jusqu'à présent dans le cadre de FILIPE contribuent principalement à l'apprentissage et la compréhension orale de

présentations scientifiques dans des disciplines clés.

L'objectif poursuivi nécessite donc :

- la conception et la réalisation de modules d'entraînement à la compréhension orale d'exposés scientifiques,
- la conception et la réalisation de modules de sensibilisation aux aspects d'interculturalité conditionnant fortement les pratiques d'apprentissage en sciences « à la française »,
- le déploiement des dispositifs techniques supports sur les cibles géographiques retenues,
- la formation des équipes locales d'enseignants de FLE pour l'accompagnement des étudiants sur ces modules en *blended-learning*.

ORGANISATION

Le projet FILIPE est un projet complexe au regard de sa taille, de son caractère international et des différentes compétences mobilisées. Il nécessite l'application de méthodes formelles de gestion de projet. Ainsi le projet est organisé suivant plusieurs niveaux de rôles et de compétences avec une maîtrise d'ouvrage (MOA) et une maîtrise d'œuvre (MOE) séparées.

Afin de garantir un pilotage du projet permettant de répondre aux enjeux stratégiques à l'international et aux besoins des utilisateurs, la maîtrise d'ouvrage du projet est assurée par les responsables « Relations internationales » des sept établissements, conseillés par une assistance à maîtrise d'ouvrage (AMOA) constituée elle-même d'enseignants jouant un rôle opérationnel dans l'accueil des étudiants étrangers. Ainsi le « comité de pilotage » définit les cibles prioritaires de déploiement des services FILIPE à l'international et fixe le calendrier attendu de déploiement sur chaque cible. Le groupe « définition des usages » conseille le comité de pilotage en définissant les cahiers des charges des différents services et ressources pédagogiques associés. Il est

constitué d'enseignants scientifiques ou FLE qui accueillent les étudiants étrangers dans les établissements du consortium et collaborent avec les équipes enseignantes des établissements étrangers. Ils sont des acteurs clés du dispositif car ils connaissent bien les besoins des étudiants étrangers et sont, ou seront, les interlocuteurs privilégiés des équipes pédagogiques des établissements étrangers visés par les déploiements.

La maîtrise d'œuvre (MOE) est assurée par trois groupes constitués de membres des différents établissements, sous la conduite d'un chef de projet. Le groupe « méthode » assure la formalisation et la capitalisation des modèles retenus en ingénierie de formation (maquettes pédagogiques des filières mises en place à l'étranger) et du cadre juridique. Le groupe « production » formé des équipes TICE et des auteurs scientifiques et FLE assure la réalisation des modules de FOS et « d'interculturalité dans l'apprentissage scientifique ». Pour cela il a défini un « process de production » commun (modalités de production, planning de tâches, ergonomie, charte graphique, applications utilisées, format, etc.). Les équipes de production des différents établissements partenaires se positionnent sur les tâches de production. Un même module peut être co-produit par deux équipes. L'affectation des « commandes » est arbitrée par le comité de pilotage. Par ailleurs, un système de validation croisée permet à différents stades du process de production d'un module (incluant le test à la livraison) de garantir la qualité des réalisations. Enfin les équipes du groupe « déploiement » rassemblant enseignants opérationnels des Relations internationales et équipes TICE doivent mettre en place les conditions de déploiement des services aux utilisateurs finals.

RÉSULTATS ET PERSPECTIVES

Plusieurs modules sont déjà réalisés suivant un modèle stable.

Ce modèle est formé :

- d'un exposé scientifique *richmédia* (vidéo et présentation synchronisées),
- d'une suite d'exercices interactifs allant de la compréhension globale à la compréhension détaillée et mobilisant différentes compétences : la compréhension du sens de l'exposé, la discrimination auditive, le lexique, la grammaire du texte, les structures récurrentes du discours scientifique, la prise de notes,
- d'un glossaire français/anglais sur le vocabulaire de spécialité.

Ces modules sont en accès libre sur <http://palm.inpg.fr/>

Ils ont été testés auprès d'environ trois cents étudiants accueillis dans les établissements suivants : Institut national polytechnique de Grenoble, Université technologique de Compiègne, Université technologique de Troyes et Institut national des sciences appliquées de Lyon. Les tests ont été conduits suivant une méthodologie commune, intégrant une enquête de satisfaction auprès des étudiants et un relevé d'observation suivant une grille définie par les enseignants tuteurs.

Cinq autres modules sont en cours de production et doivent être livrés à l'automne 2006. Ils seront utilisés dans l'année universitaire 2006-2007 par environ six cents étudiants étrangers accueillis dans un établissement du consortium FILIPE et deux cents étudiants dans leur pays d'origine : en particulier étudiants chinois de l'Université de technologie sino-européenne de Shanghai. Deux missions de déploiement en Chine et au Vietnam et une mission prospective en Inde sont prévues dans le dernier trimestre 2006.

CONCLUSION

Le principe général du projet est de réaliser un investissement collectif permettant :

- de faire travailler ensemble des institutions françaises se présentant

habituellement en ordre dispersé, voire en concurrence, pour le recrutement d'étudiants étrangers et d'améliorer notamment ainsi leur visibilité à l'international,

- de mettre en place des filières efficaces de formation permettant d'assurer la qualité des recrutements et le partage des investissements,
- de prouver par l'expérience que le bon usage de contenus et de dispositifs numériques permet de réaliser de substantielles économies d'échelle,
- de disposer d'expériences documentées en termes de méthodes : process de production, ingénierie pédagogique, méthodes de déploiement de services e-learning à l'étranger,
- de disposer pour l'ensemble des partenaires UNIT et plus généralement pour les établissements d'enseignement supérieur français d'un ensemble de ressources réutilisables dans des applications diverses, en France et à l'étranger : modules en FOS, interculturalité, disciplines scientifiques exploitables dans les filières bilingues à l'étranger et pour les étudiants et chercheurs étrangers dans nos établissements, ainsi que d'une chaîne éditoriale avancée pour les modules.

Le comité de pilotage, formé de responsables des Relations internationales des établissements, et les experts des groupes usages et déploiements permettent de garantir une orientation du projet en fonction des usages et de la réalisation des conditions de mise en place et d'accompagnement des dispositifs créés. La phase en cours comprend des phases de test et des déploiements en vraie grandeur avec en particulier : dispositifs de formation et d'accompagnement des formateurs locaux, documents de capitalisation permettant d'assurer la transférabilité des contenus et des dispositifs.

Sur le plan technique, l'interopérabilité

des ressources est garantie par la diffusion des services sous forme de modules autonomes utilisant les technologies standards du Web et pouvant être exploités indifféremment off-line ou sur tout environnement de type plate-forme d'apprentissage.

Enfin les acteurs clés d'un usage auprès des étudiants, à savoir les enseignants scientifiques et FLE qui accueillent les étudiants étrangers dans les établissements du consortium, ayant été associés très tôt au projet et étant partie prenante de la conception jusqu'aux tests, l'usage auprès des étudiants est fortement favorisé. ■



RÉFÉRENCES

Contexte / État des Lieux

- Les barrières linguistiques, un frein à l'accueil des étudiants étrangers ? Avril 2005. La Lettre d'Égide N°38.
- Les étudiants étrangers dans l'université française. 9 octobre 2003. Colloque Étudier, chercher ailleurs. Cité internationale universitaire de Paris.
- Premières assises du français en Asie du Nord-Est. Séoul, 26 et 28 mars 2005.
Actes à télécharger sur le site de l'Ambassade de France à Séoul : www.ambafrance-kr.org. Français sur objectifs spécifiques
- Berchoud M.-J., Rolland D., janvier 2004, FOS : de la langue aux métiers, n° spécial Le français dans le monde, recherches et applications, Clé international.
- Eurin S., Henao de Legge M., Pratiques du français scientifique, 1992, Universités francophones, Hachette.
- Tolas J., Le français pour les sciences, 2004, PUG.

Compréhension orale et didactique du FLE

- Cornaire Cl., 1998, La compréhension orale, coll. DLE, Clé international.
- Cuq J.-P., Gruca I., 2002, Cours de didactique du français langue étrangère et seconde, PUG.
- Gaonac'h D., dir., 1990, Acquisition et utilisation d'une langue étrangère, une approche cognitive, col.F, Hachette.
- Mangenot F., 1998, Classification des apports d'Internet à l'apprentissage des langues, ALSIC, Strasbourg, http://alsic.u-strasbg.fr/Num2/mangenot/alsic_n02-pra1.htm. Consulté le 24/09/2003.
- Tagliante Ch., 1994, La classe de langue, coll. Techniques de classe, Clé international.

Le marché chinois : une opportunité pour CHRISTIAN S.A. ?

Par Anne RACT-MADOUX, Formatrice à la Chambre de commerce et d'industrie de Paris



THÈME

Ce dossier pédagogique se propose de faire la découverte d'une PME spécialisée dans la bijouterie de luxe souhaitant se tourner vers le marché chinois à travers l'analyse de documents écrits et la simulation d'une réunion de travail

OBJECTIFS

Professionnels/communicatifs

- approfondir ses connaissances sur la société anonyme (S.A.)
- prendre conscience de la complexité pour une entreprise française de s'implanter dans un pays asiatique
- rédiger une carte de visite
- savoir organiser et conduire une réunion

Langagiers

- acquérir et enrichir la langue de l'entreprise
- exprimer la progression, l'ordre, la grandeur
- savoir exprimer son opinion, argumenter, convaincre

Interculturels et comportementaux

- savoir se comporter en réunion
- enrichir ses connaissances sur la Chine et le marché chinois

PUBLIC

Apprenants en français des affaires ayant le niveau B1/B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues (CECR)

PLAN

1. Compréhension des documents

A propos de la Société CHRISTIAN S.A.

A propos du marché chinois

2. Réunion entre Christian Gérard FASON et ses collaborateurs

Le marché chinois : une opportunité pour CHRISTIAN S.A. ?

I - Extrait de la plaquette présentant les réalisations de CHRISTIAN S.A.

Christian Gérard FASON, 63 ans, est le fondateur et PDG de la société CHRISTIAN S.A., créée le 28 octobre 1988.

Les bijoux CHRISTIAN sont très prisés par la jet-set européenne depuis le milieu des années quatre-vingt-dix. Ces produits raffinés sont fabriqués en série limitée ou en pièce unique et jouissent d'une réputation égalée par peu de joailliers dans le monde. Christian Gérard FASON dessine lui-même ses bijoux mais sous-traite leur fabrication auprès de bijoutiers-joailliers locaux. CHRISTIAN S.A. évite ainsi de gérer de nombreux ateliers et peut se consacrer à la promotion et à la vente de ses prestigieuses créations.

La Maison CHRISTIAN possède ses propres bijouteries, situées dans les quartiers chic de Paris, Lyon, Bordeaux, Lille et Cannes. Christian Gérard FASON a tenu à décorer lui-même ses boutiques qui ont toutes la même apparence. Les vendeurs rigoureusement sélectionnés, venant des meilleures écoles de France et élégamment vêtus, doivent veiller à la satisfaction des clients et ont pour règle de « ne jamais pousser à l'achat ».

En 1995, Christian Gérard FASON a décidé de se diversifier en introduisant dans ses boutiques d'autres articles portant sa griffe : cravates, foulards, ceintures, portefeuilles et une variété d'autres produits en cuir. Grâce à ces

articles aux prix plus abordables, le chiffre d'affaires a augmenté de 9% en 1995, de 28% en 1996, de 41% en 1997 et de 20% par an, en moyenne, depuis 1998. Les bijoux ne représentent plus que 45% du chiffre d'affaires en 2003.

II - Percer ou ne pas percer le marché chinois ?

Christian Gérard FASON a décidé de se tourner vers la Chine, pays en plein essor et demandeur de produits de luxe, tels que les produits français qui jouissent d'une solide réputation de leader en matière de produits « haut de gamme ». Ce sont les Chinois qui l'ont contacté à l'occasion du voyage que Marc DELABARRE, Directeur marketing, a entrepris pour accompagner le couturier Hector DELACROIX à Canton, en décembre 2003.

Les ateliers HAO LEE, spécialisés dans la Haute Couture en soie, désiraient s'associer à l'image des bijoux CHRISTIAN et s'ouvrir, par la même occasion, au secteur de la joaillerie qui réalisait des marges confortables en Chine depuis les années quatre-vingt-dix.

HAO LEE comptait vendre les bijoux CHRISTIAN dans ses propres boutiques en exclusivité. Cependant, Christian Gérard FASON ne veut pas renoncer à l'option de pouvoir ouvrir à moyen terme des bijouteries analogues à celles que l'on trouve en France, dans les grandes métropoles chinoises.

HAO LEE semble inflexible sur ce

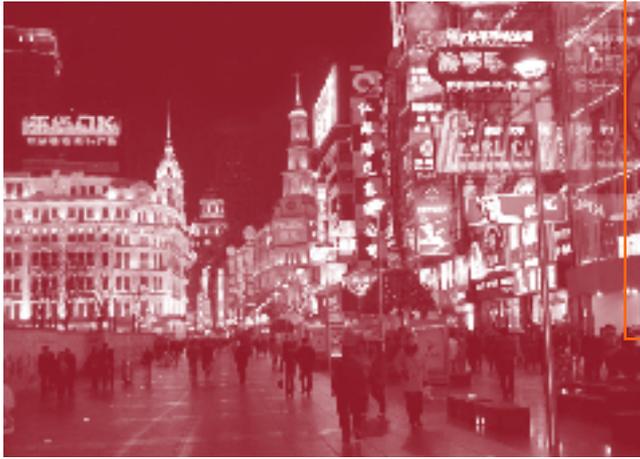
dernier point, et voudrait inclure dans le contrat de partenariat une clause interdisant aux Français d'ouvrir leurs propres boutiques ou de s'associer avec une autre compagnie opérant en Chine. Christian Gérard FASON, conscient que sa marque de bijoux a une renommée mondiale, se demande si le partenariat qu'on tente de mettre en place afin de pénétrer le marché chinois en vaut la peine. Il désire s'établir en Chine mais ne veut pas perdre le contrôle d'un marché en croissance exponentielle.

Après avoir lu les résultats de l'étude de marché, réalisée par l'Agence VERITE, Christian Gérard FASON juge plus prudent de revoir sa stratégie de pénétration du marché chinois, son plus grand souci étant la nature de ses relations avec HAO LEE. Il est curieux d'entendre ce qu'en pensent ses collaborateurs, mais veut avant tout essayer d'élaborer un plan d'attaque avant l'arrivée de ses partenaires potentiels.

En août 2004, une semaine avant l'arrivée des représentants de la société HAO LEE, Christian Gérard FASON convoque son directeur marketing et son directeur des ventes pour une réunion d'urgence. Une stratégie précise doit être définie avant que les négociations ne soient entamées avec les Chinois.

III - Etude de marché réalisée par l'Agence « VERITE »

Une étude, réalisée par la très sérieuse Agence VÉRITÉ, indique la difficulté



Veolia, PSA, Sodexho, Décathlon entre autres ont déjà pris pied sur l'ex-empire du Milieu.

d'ouvrir des magasins en Chine en raison de la complication des démarches administratives, très différentes de celles de la France : il s'agit de dénicher l'indispensable collaborateur local pour guider ses pas dans le dédale de ces démarches, et de trouver des solutions malgré des lois peu arrangeantes. De plus, créer des liens personnels qui permettent une véritable collaboration semble indispensable mais cela demande des déplacements nombreux et coûteux. En outre, il est très difficile de trouver des lieux privilégiés pour installer un commerce de luxe. Il est ressorti, aussi, de cette enquête, que le marché chinois de la bijouterie était assez différent du marché européen. En effet, Christian Gérard FASON fut surpris d'apprendre qu'il devrait faire « traduire » son nom en chinois car « le nom est le signe de l'identité, celui qui n'a pas de nom n'existe pas ».

IV - Informations sur la CHINE

« 1,3 milliard d'habitants dont 120 à 150 millions consomment déjà comme des Occidentaux. La future superpuissance économique est un marché à conquérir. Plusieurs entreprises françaises telles que Alstom, Carrefour,

La seule manière de réussir : s'allier à un partenaire chinois pour se guider dans le maquis administratif et recruter des cadres locaux qui captent les modes et décodent les attentes des consommateurs.

L'adhésion de la Chine à l'OMC, finalisée en 2001, offre de nouvelles opportunités aux étrangers.

Dès 2020, son PIB devrait être supérieur à celui de la France.

Les JO qui se dérouleront à Pékin en 2008 et l'Exposition universelle prévue à Shanghai en 2010 devraient confirmer ce grand bond en avant avec leurs lots de commandes publiques. »

(Le Figaro Entreprises, janvier 2004)

V - Marketing et interculturel

Dans un célèbre passage de ses *Entretiens*, Confucius proposait de « rectifier les noms ». « Si les noms sont incorrects, écrivait-il, on ne peut tenir de discours cohérent. Si le langage est incohérent, les affaires ne peuvent se régler ».

Le modèle du genre reste Coca-Cola dont la transcription kekou kele signifie « bonheur dans la bouche ». Dans le langage courant, les Chinois ne disent

pas kekou (Coca, c'est-à-dire « dans la bouche ») mais kele (Cola, « bonheur ». Voilà comment garantir durablement son image en Chine :

« Un bonheur, s'il vous plaît ! », lancé dans tous les bistros du continent, vaut bien plus qu'une campagne publicitaire. Ce principe s'applique au nom de celui qui souhaite travailler avec des Chinois. Le nom est signe d'identité, celui qui n'a pas de nom n'existe donc pas. Voilà pourquoi on se présente en Chine, comme dans toute l'Asie, en offrant sa carte de visite. Doit impérativement y figurer un nom à la chinoise, composé de deux à quatre caractères maximum. La traduction phonétique complète d'un nom français donne en effet une suite de huit à dix syllabes, incompréhensibles à mémoriser. Lindsay Owen Jones est un exemple de réussite. L'Oréal se dit en chinois Ou lai ya, soit « Europe, herbe sauvage, élégance ». Pour les Chinois, Owen-Jones s'appelle Ou Weng-zhong, soit « Europe, culture, Chine ». Son nom extraordinaire évoque un mariage courtois des cultures d'Orient et d'Occident. Surtout, le premier caractère de son nom est aussi le premier caractère de son entreprise. Il confond ainsi son identité et celle de sa marque, tissant un lien fort qui n'a d'égal que celui de père à fils.

Pour passer pour le parfait lettré qui a su rectifier son nom afin de bien régler ses affaires en Chine, il ne lui manque plus que la natte. ■

D'après un article de Adrien DEMARS (Le Figaro Entreprises, janvier 2004).

1. COMPREHENSION DES DOCUMENTS

À PROPOS DE LA SOCIÉTÉ CHRISTIAN S.A.

A- APPROFONDISSEMENT LEXICAL

1- Retrouvez la définition, le sens du sigle ou le synonyme qui convient

- | | |
|------------------------------|--|
| A. chiffre d'affaires | 1. augmentation |
| B. croissance | 2. recherche méthodique reposant notamment sur des questions et des témoignages |
| C. superpuissance | 3. Sert à mesurer le volume et l'évolution de l'activité commerciale de l'entreprise : il doit être en progression constante et régulière |
| D. marge | 4. Se dit d'un produit vendu ou exploité par une seule firme |
| E. marché | 5. Se dit d'un pays dont l'économie est une des premières du monde |
| F. enquête | 6. Marque d'un fabricant de produits de luxe |
| G. partenariat | 7. Est le lieu où se rencontrent les acheteurs et les vendeurs et où se déterminent les prix et les quantités échangées |
| H. griffe | 8. Produit intérieur brut |
| I. exclusivité | 9. Organisation mondiale du commerce |
| J. PIB | 10. Association d'entreprise, d'institutions en vue de mener des actions communes |
| K. série limitée | 11. La différence entre le prix de revient et le prix de vente |
| L. OMC | 12. Se dit d'une fabrication d'objets en nombre restreint |

2- Associez chaque mot de la colonne de gauche avec sa définition ou son synonyme de la colonne de droite

- | | |
|--------------------------|---|
| 1. joaillier | A. créations de grands couturiers |
| 2. exponentielle | B. tomber |
| 3. jouir de | C. administrer |
| 4. gérer | D. faux |
| 5. quartier | E. bijoutier de luxe |
| 6. vêtu | F. croissante |
| 7. foulard | G. division d'une ville |
| 8. chuter | H. accessoire en tissu porté autour du cou |
| 9. imitation | I. habillé |
| 10. haute couture | J. profiter de |

3- L'expression de l'ordre et de la grandeur : attribuez la bonne définition au pourcentage correspondant

A. La totalité, l'ensemble de	1. 80 %
B. La grande majorité	2. 50 %
C. La majorité, la plupart	3. 30 %
D. La moitié de	4. 26 %
E. Un peu plus de la moitié de	5. 90 %
F. Un peu moins du tiers de	6. 8 %
G. Environ le quart de	7. 100 %
H. Une minorité	8. 55 %

B- COMPRÉHENSION ÉCRITE**1- Dites si les affirmations sont vraies ou fausses**

1. Les bijoux CHRISTIAN plaisent beaucoup à la clientèle de luxe européenne	V	F
2. Christian Gérard FASON fabrique lui-même ses bijoux	V	F
3. Les bijouteries CHRISTIAN ont toutes une décoration originale	V	F
4. Les vendeurs doivent être élégants et discrets	V	F
5. CHRISTIAN S.A. vend exclusivement des bijoux de luxe	V	F
6. La griffe n'est pas une marque	V	F
7. CHRISTIAN S.A. produit des articles en cuir	V	F
8. Marc DELABARRE est le directeur des ventes	V	F
9. Les Chinois ont toujours apprécié les produits de luxe français	V	F
10. HAO LEE est spécialisée dans les vêtements en soie	V	F
11. En Chine, le nom d'un magasin doit avoir un sens	V	F

2- Complétez la fiche technique de l'entreprise CHRISTIAN S.A.

Raison sociale :

Date de création :

Secteur d'activité :

Forme juridique :

Nom du fondateur :

Nom du directeur marketing :

Premiers produits commercialisés :

Autres produits commercialisés :

C- APPROFONDISSEMENT DES CONNAISSANCES

1 - La société anonyme : répondez aux questions suivantes

1. L'entreprise est-elle gérée par un président-directeur général (PDG) ou un gérant ?
2. Comment est-il nommé ?
3. A combien s'élève le nombre d'associés ?
4. Y a-t-il un nombre minimum et/ou un nombre maximum d'associés ?
5. Un capital est-il nécessaire pour créer une S.A. ? Si oui, à combien s'élève-t-il ?
6. Les associés ont-ils des avantages juridiques ? lesquels ?
7. Quelle est l'obligation pour être président comme pour être membre du conseil ?
8. Pensez-vous qu'un PDG reçoit un salaire ou des honoraires libres ?
9. A qui demander conseil pour créer une S.A. ?
10. A qui doit-on s'adresser pour le suivi de la gestion d'une S.A. ?

2 - La société anonyme : dites si les affirmations sont vraies ou fausses

- | | | |
|---|---|---|
| 1. La société anonyme est une société de capitaux | V | F |
| 2. Le capital minimum de la S.A. est de 7 623 euros | V | F |
| 3. Le dirigeant de la S.A. s'appelle un « gérant » | V | F |
| 4. Les parts de la S.A. sont des « actions » | V | F |

À PROPOS DU MARCHÉ CHINOIS

A- APPROFONDISSEMENT LEXICAL

1- Substantifs et verbes exprimant la progression : trouvez les verbes qui correspondent aux substantifs

augmentation :

accroissement :

amélioration :

croissance :

doublement :

explosion :

multiplication :

envol :

progression :

redressement :

reprise :

triplément :

B- COMPRÉHENSION ÉCRITE**1- Répondez aux questions suivantes :**

1. Quels sont les éléments porteurs qui peuvent encourager Christian Gérard FASON à entrer sur le marché chinois ?
2. Quelles sont les difficultés qu'il devra régler ?

C- EXPRESSION ÉCRITE**1- Réalisez à l'aide du dictionnaire franco-chinois sur internet la carte de visite qui sera utilisée par Christian Gérard FASON en CHINE :**www.chine-nouvelle.com/outils/dictionnaire.html**D- EXPRESSION ORALE****1- Répondez à la question suivante :**

Pourquoi les cadres de CHRISTIAN S.A. devraient-ils apprendre le chinois ?

2. REUNION ENTRE CHRISTIAN GERARD FASON ET SES COLLABORATEURS**A- APPROFONDISSEMENT DES CONNAISSANCES****1- Savoir consulter : cochez la bonne réponse**

	OUI	NON
Consulter, c'est rechercher l'adhésion de l'interlocuteur à son propre point de vue		
Au cours d'une réunion, il vaut mieux résumer régulièrement les informations recueillies		
Il est important d'interrompre ses interlocuteurs		
Consulter, c'est collecter des informations par un travail de questionnement dirigé		
Il vaut mieux poser des questions fermées		
La façon de poser une question influence la réponse		
Consulter, c'est amener les participants à la réunion à exposer toutes leurs idées		
C'est celui qui parle le plus fort qui a raison		
Il vaut mieux établir un plan du déroulement de la réunion avant de la commencer		
La confiance mutuelle est la base d'une consultation réussie		

B- EXPRESSION ORALE**1- Jeu de rôle : Recréez la réunion d'urgence qui s'est tenue entre Christian Gérard FASON, son directeur marketing et son directeur des ventes pour définir une stratégie.**

C- MOYENS LINGUISTIQUES

1- Expressions « pour persuader » :

- Vous croyez vraiment que
- Vous pensez réellement que
- Vous savez bien que
- Sachez que
- Vous n'ignorez pas que
- Je peux vous dire que
- Je peux vous assurer que
- Soyez sûr, assuré ou persuadé que

2- Expressions pour « dissuader » :

- Il est faux de dire, de croire, de s'imaginer que
- Ne croyez pas que
- Il n'est pas sérieux de croire, d'affirmer, de prétendre que
- C'est une erreur de croire, de s'imaginer que
- Reconnaissez avec moi que
- Admettez avec moi que...

D- EXPRESSION ÉCRITE

1- Rédigez le compte rendu de cette réunion

E- POUR ALLER PLUS LOIN

1. Quelle image la France véhicule-t-elle à l'étranger ? En quoi cette image peut-elle aider une société comme CHRISTIAN S.A. ?
2. Choisissez une autre société « artisanale » de qualité comme CHRISTIAN S.A. et présentez ses activités.
3. Pouvez-vous donner le nom de grands couturiers français ?
4. Expliquez exactement ce qu'est la « griffe ».
5. Pour quels produits de luxe la France est-elle célèbre ?

CORRIGÉS

1- COMPRÉHENSION DES DOCUMENTS

À PROPOS DE LA SOCIÉTÉ CHRISTIAN S.A.

A- APPROFONDISSEMENT LEXICAL

1- Retrouvez la définition, le sens du sigle ou le synonyme qui convient :

A-3	G-10
B-1	H-6
C-5	I-4
D-11	J-8
E-7	K-12
F-2	L-9

2- Associez chaque mot de la colonne de gauche avec sa définition ou son synonyme de la colonne de droite

1-E	6-I
2-F	7-H
3-J	8-B
4-C	9-D
5-G	10-A

3- L'expression de l'ordre et de la grandeur : attribuez la bonne définition au pourcentage correspondant

La totalité, l'ensemble de	100 %
La grande majorité	90 %
La majorité, la plupart	80 %
La moitié de	50 %
Un peu plus de la moitié de	55 %
Un peu moins du tiers de	30 %
Environ le quart de	26 %
Une minorité	8 %

B- COMPRÉHENSION ÉCRITE**1- Dites si les affirmations sont vraies ou fausses :**

1-V 2-F 3-V 4-V 5-F 6-F 7-V 8-F 9-V 10-V 11-V

2- Complétez la fiche technique de l'entreprise CHRISTIAN S.A.

Raison sociale : **CHRISTIAN S.A.**

Date de création : **le 28 octobre 1988**

Secteur d'activité : **la joaillerie de luxe**

Forme juridique : **société anonyme**

Nom du fondateur : **Christian Gérard FASON**

Nom du directeur du marketing : **Marc DELABARRE**

Premiers produits commercialisés : **bijoux**

Autres produits commercialisés : **cravates, foulards, produits en cuir**

C- APPROFONDISSEMENT DES CONNAISSANCES**1- La société anonyme : répondez aux questions suivantes**

1. un PDG
2. il est nommé par le Conseil d'administration
3. au moins 7 associés
4. non
5. oui, il s'élève à 38 112 euros
6. leur responsabilité est limitée à leur apport financier
7. être actionnaire
8. il reçoit un salaire
9. à un juriste ou à un avocat
10. à un cabinet d'expertise comptable

2- La société anonyme : dites si les affirmations sont vraies ou fausses

1-V - 2-F - 3-F - 4-V

À PROPOS DU MARCHÉ CHINOIS

A- APPROFONDISSEMENT LEXICAL

1- Substantifs et verbes exprimant la progression : trouvez les verbes qui correspondent aux substantifs

augmentation	augmenter
accroissement	accroître
amélioration	(s')améliorer
croissance	croître
doublément	doubler
explosion	exploser
multiplication	(se) multiplier
envol	s'envoler
progression	progresser
redressement	(se) redresser
reprise	reprendre
triplément	tripler

B- COMPRÉHENSION ECRITE

1- Répondez aux questions suivantes :

- Quels sont les éléments porteurs qui peuvent encourager Christian Gérard FASON à entrer sur le marché chinois ?
Le nombre impressionnant de futurs consommateurs, l'adhésion à l'OMC, son PIB qui ne cesse d'augmenter, les Jeux Olympiques qui se passeront à Pékin en 2008 et l'Exposition universelle prévue à Shangaï en 2010.
- Quelles sont les difficultés qu'il devra régler ? La clause de non-concurrence et l'obligation d'avoir un partenaire chinois.

C- EXPRESSION ÉCRITE

1- Réalisez à l'aide du dictionnaire franco-chinois sur internet la carte de visite qui sera utilisée par Christian Gérard FASON en CHINE : www.chine-nouvelle.com/outils/dictionnaire.html

Phonétiquement, nous pouvons transformer « Christian » en « Xitian » qui veut dire « paradis à l'ouest »
« Gérard » en « Ge » qui veut dire « Frère aîné »
« FASON » en « fashong » qui veut dire « franco-chinois »

ce qui donne un nom plein de sens et de lien avec la Chine d'autant plus que « Hao » veut dire « petit » : « Paradis à l'ouest, frère aîné, franco-chinois » aimerait travailler avec « petit LEE » : n'est-ce pas charmant ?

D- EXPRESSION ORALE

Répondez à la question suivante :

Pourquoi les cadres de CHRISTIAN S.A. devraient-ils apprendre le chinois ?

- pour faire plus facilement des affaires
- pour faire la différence
- pour comprendre la culture chinoise
- parce qu'en Chine on parle peu l'anglais
- parce qu'avec seulement 500 caractères, on peut se débrouiller
- parce qu'à l'oral, ce n'est pas si difficile

2. RÉUNION ENTRE CHRISTIAN GERARD FASON ET SES COLLABORATEURS

A- APPROFONDISSEMENT DES CONNAISSANCES

1- Savoir consulter : cochez la bonne réponse

	oui	non
Consulter, c'est rechercher l'adhésion de l'interlocuteur à son propre point de vue		✓
Au cours d'une réunion, il vaut mieux résumer régulièrement les informations recueillies	✓	
Il est important d'interrompre ses interlocuteurs		✓
Consulter, c'est collecter des informations par un travail de questionnement dirigé		✓
Il vaut mieux poser des questions fermées		✓
La façon de poser une question influence la réponse	✓	
Consulter, c'est amener les participants à la réunion à exposer toutes leurs idées	✓	
C'est celui qui parle le plus fort qui a raison		✓
Il vaut mieux établir un plan du déroulement de la réunion avant de la commencer	✓	
La confiance mutuelle est la base d'une consultation réussie	✓	





Deux programmes d'excellence

dans deux Grandes Écoles de Management

ESCP-EAP Master / Grande École

HEC MSc in Management



CONCOURS D'ADMISSION : WWW.SAI.CCIP.FR

Direction des relations internationales de l'enseignement
Admissions internationales

28, rue de l'Abbé Grégoire - 75279 Paris cedex 06 - France - Tél. : + 33 1 49 54 29 92 - Fax : + 33 1 49 54 28 70
int.promo@edu.ccip.fr

→ Eliane Damette
Formatrice de
formateurs
en français juridique



Le droit n'est pas un simple instrument au service d'une technique qui

serait abstraite, neutre, voire objective. Le droit est un bien symbolique qui reflète une vision du monde, des options politiques, économiques et sociales. Il est toujours porteur de valeurs, qui sont au service d'intérêts spécifiques. La diffusion internationale des normes juridiques constitue donc une arme de choix dans la bataille d'influence que se livrent les Etats, les ensembles supra-étatiques telle l'Union européenne et les organisations internationales.

Le marché du français juridique dérive du marché du droit, ses enjeux globaux sont identiques. S'y ajoutent des enjeux économiques, institutionnels et didactiques propres aux acteurs du français juridique, chargés de prospecter / diffuser / enseigner le français du droit et parfois le droit en français. Connaître le contexte global du marché du droit contribue à l'efficacité des réponses apportées aux demandes de français juridique.

LES ENJEUX STRATEGIQUES DE LA DIFFUSION INTERNATIONALE DU DROIT

En 2001, le Conseil d'Etat, à la demande du gouvernement, a réalisé une étude intitulée « *L'influence internationale du droit français* ». Le rapport s'ouvre sur le constat suivant : « *Le droit français a longtemps rayonné au-delà de nos frontiè-*

Enjeux et perspectives du français juridique

*res. Il a servi de référence à de nombreux législateurs étrangers, apporté sa contribution à la création d'un ordre juridique international, formé des générations d'étudiants et d'enseignants du monde entier à une méthode de raisonnement et une culture juridiques propres à la France »¹. Cette influence, réalisée essentiellement dans un premier temps, par la diffusion du code Napoléon (1804) dans le monde, a permis d'« exporter » non seulement une technique législative et juridique, mais aussi des valeurs. Or, ainsi que le note le Conseil d'Etat, cette influence est mise à mal depuis la fin du XIX^e siècle, avec l'intensification des échanges internationaux, le dynamisme du droit de la common law, l'apparition d'un véritable « *marché international du droit* ». La France, et son système juridique issu de la famille de droit romano-germanique, est en perte de vitesse et le gouvernement français de l'époque a cherché comment enrayer ce phénomène, en dressant un état des lieux et en réfléchissant sur d'éventuelles adaptations du système juridique français.*

LA PRIMAUTE DE LA COMMON LAW SUR LES DROITS ROMANO-GERMANIQUES

Sur le marché international du droit, la première place est prise par le droit américain. La demande de droit croît, se diversifie et émane à la fois des Etats, des organisations internationales, des entreprises et des individus. L'offre de droit provient des grands cabinets d'avocats internationaux anglais ou amé-

ricains principalement, des Etats et des organisations internationales. Elle ne diffuse essentiellement que les deux grands systèmes juridiques, le système romano-germanique et le système de la common law. Le sens de cette compétition est un enjeu de pouvoir : le droit est un vecteur de pouvoir, une marque de puissance. Le Conseil d'Etat relève qu'une enceinte internationale adoptant un système juridique apparenté par exemple au système français – comme l'Organisation des Nations Unies, la Cour internationale de justice, la Cour de justice des Communautés européennes –, ou au système américain – comme le Fonds monétaire international, la Banque mondiale, l'Organisation mondiale du commerce – lui permet également d'influencer sur les positions adoptées au fond : chaque système juridique promeut en effet telle ou telle valeur, par exemple, l'économie de marché libérale ou bien l'économie sociale de marché, l'attention portée ou non à ce que la partie la plus faible puisse se défendre. Le cas de l'Union européenne est intéressant car il opère un compromis : le droit administratif français a inspiré l'organisation et l'action administrative de l'Union, tandis que le droit allemand et le droit américain ont permis d'établir au plan économique la libre concurrence.

On voit bien que chaque système juridique défend des valeurs qui lui sont propres, des options de société, des options économiques. Une règle n'est jamais neutre. Choisir un système juridique plutôt qu'un autre a des répercussions politiques, sociales, économiques,

1- CONSEIL D'ETAT, *L'influence internationale du droit français*, rapport du Conseil d'Etat, La Documentation Française, 2001, p.11.

culturelles, structurelles. Le Conseil d'Etat souligne le phénomène de « privatisation du droit » qui voit se développer une *lex mercatoria*, sorte d'ordre juridique international régissant la vie commerciale internationale. Cette réglementation est issue des règles anglo-saxonnes provenant du droit privé : les incoterms, les contrats-types, les sentences arbitrales ont l'avantage d'être transfrontalières et sont d'une grande qualité technique. Ces règles sont pour la plupart issues de la *common law*. Elles sont véhiculées par l'anglais et souvent élaborées par les grands cabinets d'avocats américains. Le commerce est du côté anglo-saxon, tandis que le droit français est encore une référence en matière de droits de l'homme, de libertés publiques, d'éthique², de droit public, administratif et constitutionnel et de privatisation des entreprises publiques. Ainsi, la bataille d'Hollywood a été gagnée au plan économique car les Etats-Unis ont réussi à exporter massivement leur imaginaire et leurs valeurs ; l'audiovisuel est devenu la première industrie aux Etats-Unis, en terme de profits. Les enjeux de la bataille juridique revêtent de nombreux points communs avec ceux de l'audiovisuel : ils touchent également aux valeurs, au profit commercial, et ont une portée mondiale. Existe une corrélation forte entre l'influence juridique, l'influence politique, les profits économiques et la diffusion d'un modèle de société. Mireille Delmas-Marty³, juriste et professeur au Collège de France, prend acte de cette imbrication et des intérêts parfois croisés du commerce et des valeurs ; elle prend même position contre le cloisonnement des réglementations économiques, éthiques, environnementales, politiques et scientifiques. Mais, et c'est là le point crucial,

■ ■ **Le commerce est du côté anglo-saxon, tandis que le droit français est encore une référence en matière de droits de l'Homme** ■ ■

elle suggère d'inverser la hiérarchie actuelle qui fait primer la loi du marché mondial (la loi du plus fort) sur l'éthique des droits de l'homme. Elle propose, en contrepoids à la globalisation économique qui fait du marché un modèle d'organisation sociale prétendant à l'universalisme, de promouvoir les droits de l'homme, au rang de « boussole » universelle de l'action humaine afin de pouvoir contrer la « *globalisation des risques* » et rendre possible une « *paix durable* ». Il y a un rapport d'équivalence entre « *un monde plus juste* » et « *un monde moins risqué pour tous* ». Et de citer l'exemple du développement durable ou bien encore celui de la recherche franco-chinoise sur le clonage humain, qui allie des enjeux à la fois économiques, scientifiques et éthiques. La « boussole » de droits de l'homme est ici une nécessité car elle permet de donner un sens, une orientation fiable aux activités économiques et scientifiques.

QUELS BESOINS EN FRANÇAIS JURIDIQUE POUR QUELS PAYS ?

Le contexte global du marché du droit fournit des indications utiles pour les acteurs du français juridique : les grandes zones d'influence géographiques et institutionnelles du droit français, les domaines où le droit français est une référence, les valeurs sous-tendues par ce système juridique, notamment les droits de l'homme. Articuler ces informations avec les contextes d'enseignement, devrait permettre d'identifier puis d'apporter une réponse adaptée à certains besoins de formation en français juridique, exprimés ou latents. Les écoles de langue gagnent à réaliser une étude fine des besoins de formation, puis proposer un programme

inédit, tenant compte de la variété des situations et des demandes. Il pourrait par exemple s'agir d'articuler français juridique et domaines connexes au droit : le français diplomatique, le français administratif, dans les anciens pays d'Europe centrale et orientale déjà entrés ou amenés à entrer dans l'Union européenne ; le français des affaires, notamment si les apprenants travaillent sur le marché russe ; le droit des personnes et de la famille, dans les pays de droit coutumier et/ou de droit musulman⁴ ; il serait également utile d'articuler



dans le même cours des objectifs de français général et de français juridique, particulièrement lorsqu'il s'agit

de proposer une formation à des apprenants de niveau débutant ou quasi-débutant dans les pays du Golfe par exemple, dont le droit a été en partie inspiré du droit français et où la connaissance du français est relativement faible.

Il pourrait également s'agir de centrer la formation de français juridique sur l'apprentissage d'une compétence particulière : l'expression écrite (si l'accent est mis sur le droit des affaires : la rédaction de contrats) ou l'expression orale (la négociation, les entretiens, si l'axe est le droit privé), ou bien la compréhension écrite (analyse de jugements pour les étudiants en 3^e cycle des pays qui ont des liens étroits avec le système juridique français), ou bien encore la compréhension orale (conférences juridiques) associée à la technique de la prise de notes et de la synthèse, si le droit public est privilégié, notamment avec de futurs fonctionnaires internationaux.

Les universités des pays dont le droit est pour une grande part inspiré du droit français – principalement, les pays

2- Par exemple, les lois informatiques et libertés, les lois « bioéthiques ».

3- *Les forces imaginantes du droit - Le relatif et l'universel*, Fayard, 2004.

4- Possibilité de consulter la liste des pays et de leur système juridique établie par l'Université d'Ottawa à l'adresse suivante : <http://www.droitcivil.uottawa.ca/world-legal-systems/fra-tableau.php>

du Maghreb et ceux du Golfe où le droit français s'est diffusé via l'Égypte – incluent dans le cursus d'études juridiques, l'apprentissage du français et souvent également celui du français juridique. Les besoins de formation de formateurs, de création de méthodes adaptées à un public débutant en français et dont la langue est très éloignée du français, disposant d'un nombre réduit d'heures d'apprentissage du français (souvent moins de 200 heures) pour maîtriser à la fois les rudiments du français général (grammaire, essentiellement) et ceux de la langue juridique, sont extrêmement importants ⁵. Certaines de ces universités utilisent le français comme langue d'enseignement du droit. Par exemple, à l'Institut de droit des affaires internationales en Égypte, la moitié des cours sont dispensés en français (40 % en arabe et 10 % en anglais). Une réponse à ces besoins constituerait un levier efficace pour intensifier l'enseignement, la recherche et l'activité juridiques en français. Signalons enfin que, d'après le rapport du Conseil d'État ⁶, pour l'année 1999-2000, 16.882 étudiants étrangers suivaient un cursus de droit dans les universités françaises. Ce nombre correspondait à 13,1% des étudiants étrangers en France ⁷. Il existe donc, chaque année, environ 17 000 « clients potentiels » pour des cours de français ⁸ juridique au sein des universités françaises. Celles-ci sont amenées à proposer aux étudiants étrangers des cours de français qui ne répondent que très partiellement aux besoins des étudiants étrangers : formations trop courtes, centrées souvent sur le français général, ou bien trop proches de ce qui est réalisé lors des « travaux dirigés » dans les facultés de droit ⁹. Il existe un besoin de matériel didactique spécifique, qui tienne compte du niveau intermédiaire de ces étudiants (B1, B2) et de leurs besoins plus « pointus » que ceux des étudiants préparant le Certificat de

français juridique, dans les domaines juridiques et de la linguistique juridique, notamment les particularités morphologiques du vocabulaire juridique, celles de la sémantique juridique, l'analyse de discours, la construction d'une argumentation. Le lien qui unit la langue et le droit français est fondamental, car ils constituent des expressions d'une même culture. Le facteur linguistique est déterminant sur l'influence juridique internationale : le recul de la pratique de la langue française dans le monde gêne la connaissance du droit français, entrave les relations économiques avec la France et constitue finalement un frein aux exportations. Le marché du français juridique est un « marché » de valeurs, un « marché » politique et un marché économique. L'axe éthique d'une partie du droit français, qui prend appui sur les droits de l'homme, pourrait constituer un apport spécifique de l'enseignement/apprentissage du français du droit et du droit en français, tant concernant le fond (le contenu référentiel de la formation) que la forme (la pédagogie). ■

Notes :

Le « **droit civil** » recouvre le « droit romano-germanique ». Le « **droit coutumier** » joue un rôle important en matière de statut personnel. Il coexiste avec d'autres systèmes, très souvent en Afrique, et également en Asie : en Chine et Inde, en Indonésie, en Corée du sud notamment.

Le « **droit musulman** » est un système de droit religieux. Dans un certain nombre de pays de tradition musulmane, il est cantonné au statut personnel. Il coexiste, lui aussi, avec d'autres systèmes juridiques.

Les « **systèmes mixtes** » recouvrent toutes les situations où deux ou plusieurs systèmes coexistent, de façon cumulative, en interaction ou en juxtaposition.

LES SYSTÈMES JURIDIQUES DANS LE MONDE



La common law : Pour la common law, le droit a pour fonction de constater un consensus social, il édicte de simples règles du jeu. La common law est née en Angleterre grâce à l'action des Cours royales de justice et à leurs praticiens qui ont formé le droit à l'occasion des cas qui leur étaient soumis. Ce système s'est étendu à l'Irlande et aux États-Unis, ainsi qu'à des pays qui ont été politiquement liés à l'Angleterre. La common law ne connaît pas la distinction entre droit public et droit privé, ni les différentes branches du droit romano-germanique. La règle de droit ne présente pas de caractère général ; elle résulte des décisions rendues par les Cours supérieures, qui se prononcent au cas par cas. Il s'agit donc d'un droit jurisprudentiel où la loi (les statuts) ne joue qu'un rôle secondaire.

Le droit romano-germanique, ou civil law ou droit civil :

Pour le droit romano-germanique, le droit est l'expression du souverain (le roi ou le peuple, selon le régime politique) et constitue une norme absolue, supérieure à toutes les autres. Le droit romano-germanique est issu du droit romain et représente un amalgame de solutions romaines et de solutions germaniques. La famille romano-germanique (dont la France fait partie) est au départ située en Europe occidentale et a connu une importante expansion en Amérique latine, en Afrique, au Proche-Orient, au Japon et en Indonésie. Les pays romano-germaniques ont de nombreux points communs :

- Ils ont recours à des catégories juridiques identiques, par exemple la division entre droit privé et droit public, et à l'intérieur de ces deux branches du droit, on retrouve également la plupart des divisions du droit (droit constitutionnel, droit pénal, droit civil, droit commercial, droit administratif...).

- La règle de droit, générale et antérieure au litige, est ce qui permet de trouver la solution juridique. Ces règles sont réunies dans des codes.

- Enfin, ce sont des pays de droit écrit : la loi est la source principale du droit. Les autres sources telles que la coutume, la jurisprudence ou la doctrine ont une importance beaucoup plus réduite.

5- L'Université de Koweït, par exemple, est représentative de cette situation ; le département de français a demandé en 2005 à bénéficier d'une formation destinée aux professeurs de FJ qui seront chargés d'élaborer une nouvelle méthode de FJ correspondant aux besoins, redéfinis, des apprenants.

6- CONSEIL D'ÉTAT, p.112.

7- La répartition en fonction de l'origine géographique est la suivante : 47% des étudiants étrangers en droit venait d'Afrique, 37% d'Europe, 9,5% d'Asie et 6% d'Amérique.

8- D'après les informations que nous avons collectées auprès de certaines des facultés de droit à Paris et à Strasbourg.

9- Par exemple, des commentaires d'arrêt, des cas pratiques pour experts, des exposés juridiques théoriques.

Nouveautés édition

Français de spécialité



■ Hôtellerie-restauration.com

S. Corbeau, Ch. Dubois, J.-L. Penfornis, L. Semichon, Editions Clé International, 2006, 125 p.

Hôtellerie-restauration.com est une méthode de français professionnel de l'hôtellerie et de la restauration pour faux débutants. **Hôtellerie-restauration.com** s'adresse au personnel des hôtels en contact direct avec la clientèle francophone. Cette méthode a pour objectif d'amener, en 120 heures, les apprenants à communiquer en français dans les situations les plus courantes relevant des métiers de l'hôtellerie et de la restauration : métiers du hall (réception et conciergerie), les métiers des étages (gouvernante, femme ou valet de chambre), les métiers de la salle de restauration (maître d'hôtel, chef de rang, commis de salle, sommelier). Cette méthode, utilisable après 60 heures de français général, met en scène des situations de communication simples qui suivent une progression lente. **Hôtellerie-restauration.com** s'articule autour des six unités thématiques suivantes : 1. Bienvenue à l'Hôtel de la Paix ; 2. Réservation ; 3. Accueil ; 4. Services ; 5. Réclamations ; 6. Départ. Chaque unité se compose de 6 leçons, à l'exception de l'unité 1 qui présente l'établissement hôtelier et de l'unité 6 qui traite du départ en 4 leçons. Chaque leçon comprend deux pages. Au début de chaque leçon, l'apprenant doit repérer des éléments linguistiques à partir de documents professionnels sonores ou écrits. Il réalise ensuite des activités en contexte professionnel. L'accent est mis sur la compréhension orale. Les points grammaticaux sont abordés de manière progressive et en fonction de la tâche professionnelle à accomplir. Les encadrés **Repère grammatical** et **Comment dire** donnent l'essentiel du contenu grammatical et langagier de chaque leçon. A la fin de l'ouvrage, figurent un précis grammatical et des exercices d'application, un récapitulatif des expressions de la correspondance hôtelière, un tableau des conjugaisons, un lexique des termes spécifiques aux métiers de l'hôtellerie et de la restauration et la transcription des enregistrements. Des tests de contrôle à la fin de chaque unité, présentés sous forme de questionnaires à choix multiple, évaluent les connaissances grammaticales et les compétences professionnelles développées dans chaque unité.

Hôtellerie-restauration.com constitue une première étape dans la préparation au Certificat de français du tourisme et de l'hôtellerie de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris. Un guide pédagogique et une cassette audio ou un CD audio accompagnent cet ouvrage.

Pour tout renseignement : Clé International, 27 rue de la Glacière, 75013 Paris,

Tél. : +33 (0)1 45 87 44 18, Télécopie : +33 (0)1 45 87 44 10, courriel : cle.int@FranceNet.fr

Communication



■ La Communication professionnelle en santé

sous la direction de M.-T. Lussier, Cl. Richard, Québec, Editions ERPI, 2005, 840 p.

La Communication professionnelle en santé

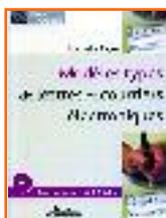
fournit un cadre théorique général à la communication et met en relief le rôle déterminant et

spécifique que joue la relation interpersonnelle et le dialogue à tous les moments de la démarche clinique. Cet ouvrage, divisé en six chapitres, propose plusieurs textes sur l'entrevue médicale et aborde tous les aspects essentiels de la communication en santé, qu'il s'agisse des clientèles, du contexte et des lieux dans lesquels les soins sont dispensés, des relations interprofessionnelles et de la nature des informations à échanger. Chaque chapitre comporte des exemples pratiques et des illustrations des différents principes exposés. De par les nombreux dialogues qui composent ce livre, **La Communication professionnelle en santé** constitue un ouvrage de référence pour les professeurs qui enseignent le français médical et préparent des candidats au Diplôme de français médical de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris.

Pour tout renseignement : ERPI, 5757, rue Cypihot, Saint-Laurent, Québec, Canada, H4S 1R3, Tél. : (514) 334-2690, Télécopie : (514) 334-4720, courriel : erpidlm@erpi.com, site : www.erpi.com

Diffusion en France : Pearson éducation France, 47 bis, rue des Vinaigriers, 75010 Paris

Tél. : +33 (0)1 72 74 90 21, Télécopie : +33 (0)1 42 05 22 17, <http://www.pearsoneducation.fr>



■ Modèles types de lettres et courriers électroniques

M. Fayet, Paris, Editions d'Organisation, 2006, 195 p.

Ce guide fournit les clés essentielles pour améliorer la rédaction du courrier professionnel

et propose des modèles de lettres et de courriels directement utilisables. Ils couvrent les situations les plus courantes rencontrées quotidiennement dans une entreprise : les demandes de renseignements, les commandes, les livraisons, les facturations, le recrutement, la gestion du personnel, les échanges avec les partenaires, les banques, les administrations,...

Pour tout renseignement : Groupe Eyrolles 61, Bd Saint-Germain, 75005 Paris, Tél. : 33 (0)1 44 41 46 05, Télécopie : +33 (0)1 44 41 41 98, <http://www.editions-organisation.com>

→ Annick Wehrle
Enseignante-Chercheur
Université de technologie
et économie internationale de
Furtwangen, Bade-Wurtemberg
Allemagne



Programme et cursus pour étudiants étrangers à l'université de Furtwangen

A quelle époque était-ce ? ... Nul ne s'en souvient. En fait si nous nous penchons vers le passé, nous nous apercevons que le « séjour à l'étranger » n'a jamais été inventé mais a toujours existé comme la chose la plus naturelle au monde. De tout temps les gens seuls ou en groupe se sont rendus dans les pays étrangers par divers moyens de locomotion et pour différentes raisons : commerciales, religieuses, scientifiques, politiques, sociales, pour commencer une vie nouvelle... Leurs objectifs sont multiples, certains conscients, d'autres inconscients et inavoués, mais tous ensemble ils constituent le puissant moteur d'action qui pousse les gens de tous bords à partir à l'étranger.

Dans les formations universitaires et professionnelles, il est de plus en plus évident que le séjour à l'étranger est devenu une étape obligatoire dans les programmes, en particulier pour les économistes, commerciaux, négociateurs et les ingénieurs. Mon expérience à l'université de Furtwangen en Allemagne, où j'enseigne à la faculté d'Économie internationale depuis 12 ans, m'a permis de tirer des leçons, des conclusions et de faire certaines synthèses sur les besoins et objectifs des étudiants allant étudier à l'étranger, en particulier dans les pays francophones. La mondialisation a besoin d'hommes et de femmes qui comprennent les enjeux et les rouages entre les différents domaines de connaissances et les traditions culturelles. Or, les études à l'étranger sont le moyen idéal pour « devenir une élite (dans le bon sens du terme) réfléchissante, responsable, capable de mettre du sable dans l'engrenage » (Citation de Wolfgang Borchert). Les expériences vécues à l'étranger ont un impact décisif sur le futur de ces jeunes étudiants et leur orientation profession-

■ ■ le séjour à l'étranger est devenu une étape obligatoire dans les programmes ■ ■

nelle. On peut dire qu'un an à l'étranger permet aux jeunes étudiants d'acquérir une maturité de réflexion et de comportement équivalant à 5-7 ans d'activité professionnelle à l'international dans une entreprise car étant très jeunes (en moyenne 22-23 ans) ils sont très réceptifs, plus flexibles qu'après avoir acquis une routine professionnelle. En outre, du fait qu'ils se trouvent encore dans la « phase de rébellion » par rapport à leur famille, aux traditions, au conventionnel de leur société, ils sont d'autant plus aptes à s'ouvrir, saisir, s'adapter aux autres cultures. Par ailleurs, leur personnalité n'étant pas encore gravée dans le marbre, ils sont à même de sélectionner ce qui est « bon, efficace, positif » dans une autre culture et de se l'approprier sans, bien sûr, renier leurs propres valeurs.

En arrivant à l'étranger, les étudiants n'ont évidemment pas tous planifié ce qu'ils vont et veulent apprendre, cependant ils ont de nombreux objectifs que je me suis permis de catégoriser (liste et catégorisation basées sur les analyses des formulaires d'évaluation remplis par nos étudiants ayant étudié à l'étranger et les étudiants étrangers en programme d'échange étudiant dans notre établissement).

OBJECTIFS PRIMORDIAUX

a) Ils souhaitent, tout d'abord, apprendre la langue française le mieux et le plus vite possible à différents niveaux, soit général, soit de spécialité :

économique, informatique, pour une spécialisation pointue en négociation, pour préparer un double diplôme, etc. Par ailleurs, ils veulent améliorer leurs compétences linguistiques en français courant de conversation car ils sont bien conscients que les contacts d'affaires passent par les contacts sociaux : « La meilleure langue est celle du client ».

b) Ensuite viennent les raisons liées à la carrière professionnelle. Ils y voient par exemple la possibilité d'acquérir une expérience nécessaire avant une carrière à l'international ainsi que des compétences interculturelles en mettant la



théorie en pratique. Ils veulent aussi se donner un avantage compétitif par rapport à tous les autres diplômés de qualification équivalente et en plus, augmenter le nombre de leurs contacts internationaux et pourquoi pas se construire déjà un petit réseau international.

c) La troisième catégorie comprend des éléments beaucoup plus ludiques, plus personnels dont les étudiants sont conscients mais dont ils discutent principalement avec amis et parents et pas forcément avec les professeurs.

Ce sont par exemple des raisons comme la recherche de nouveaux contacts humains ; le goût du risque, de l'aventure, de l'exotisme ou le besoin très personnel de se poser des défis et de se forcer à les surmonter. En outre, le dépassement et la possibilité de faire du tourisme est très attrayante et compréhensible. Certains plus orientés vers les cultures voudront vérifier si les clichés correspondent bien aux cultures étrangères, ou bien ils veulent observer les façons de travailler des autres pour les surpasser et s'en approprier les meilleures techniques.

d) Il ne faudrait pas sous-estimer la quatrième catégorie qui correspond aux étudiants voulant travailler à l'international sans partir de leur petite vallée et qui vont étudier à l'étranger parce que c'est obligatoire dans leur cursus. Ils voudraient travailler à l'international de leur bureau situé à 5 km de leur maison familiale par téléphone et internet, ils aiment bien recevoir la visite d'étrangers mais pas partir. Ils ont très vite le mal du pays quand ils sont loin de chez eux et ils sont assez difficiles à intégrer dans les cursus pour étudiants en programme d'échange.

e) La cinquième catégorie comprend les objectifs et réactions plus ou moins inconscients/inavoués des étudiants partant à l'étranger et que les organisateurs de l'accueil des étudiants en programme d'échange doivent bien connaître et prendre en compte.

“ Pour les organisateurs de ces programmes, il est nécessaire d'avoir une très grande compétence interculturelle ”

Quelquefois le jeune cherche une façon de quitter le nid, de s'envoler et découvrir ses propres limites. A nous de savoir lui redonner du courage quand il perd de l'altitude et de tisser un filet invisible pour le rattraper en cas de chute. Petit clin d'œil : parfois ils veulent pouvoir « frimer » devant les copains au retour ou chercher « l'âme sœur » ailleurs et n'osent pas vraiment s'avouer ces raisons.

Souvent ils cherchent aussi inconsciemment à confronter leurs valeurs à celles des autres, leur quête est de trouver « les meilleures valeurs ». Ils jugent la valeur d'un séjour à l'étranger en très grande partie selon leurs propres valeurs bien évidemment car ce sont celles qui font toujours référence pour eux, même s'ils essaient d'accepter les valeurs des autres. Kant a dit « Aies le courage de te servir de ta propre raison » mais cela s'avère difficile car on ne se connaît pas bien soi-même, ni ses habitudes, ni du point de vue du caractère ni culturellement. De plus, dans une situation où l'on est angoissé, fragilisé, plus ou moins seul à l'étranger, loin de son environnement familial, une réaction très naturelle est de se réfugier d'autant plus dans sa culture et ses valeurs. Cela demande un gros effort sur soi-même de se remettre petit à petit en question à l'étranger ainsi qu'une forte confiance en soi pour accepter avec joie et plaisir les habi-

tudes et valeurs des autres. Il faut donc aider les étudiants sur cette voie car cela est d'autant plus difficile pour eux qu'ils manquent de maturité et d'expérience.

“ Pour les organisateurs de ces programmes, il est nécessaire d'avoir une très grande

compétence interculturelle, pas seulement d'avoir beaucoup voyagé ou même vécu à l'étranger. Les personnes travaillant dans les bureaux des relations internationales doivent être efficaces, discrètes mais toujours présentes, aimables mais fermes, disponibles tout en faisant attention à ne pas trop mater les jeunes en programme d'échange.

C'est aussi ce que l'on exigera du personnel académique qui s'occupe également de ces étudiants. Et les mêmes attentions et respect de leurs objectifs se retrouveront dans les programmes que nous leur offrirons.

QUE POUVONS-NOUS OFFRIR AUX ÉTUDIANTS EN PROGRAMME D'ÉCHANGE ?

Tout d'abord, il faut distinguer deux groupes : ceux venant pour un ou deux semestres en pays francophone dans le cadre de leurs études et ceux venant suivre un cursus complet et diplômant.

Le premier groupe est certainement celui qui augmente et va augmenter le plus rapidement dans les années à venir car,

de plus en plus et pour toutes les formations, les séjours à l'étranger – stages et/ou études – sont parties intégrantes des programmes. Pour celui-ci, on peut dire qu'il n'y a pas de niveau linguistique requis trop faible ou trop élevé.

Le second groupe d'étudiants venant suivre un cursus complet augmentera sûrement à l'avenir, ce dont nous nous réjouissons mais cette augmentation sera moins sensible. Pour qu'ils puissent suivre un cursus diplômant, les prérequis linguistiques sont plus contraignants et stricts car il nous faut nous assurer que les étudiants étrangers seront en mesure de comprendre et de participer aux cours sans ralentir ou gêner le travail de leurs camarades. De nombreux tests nous permettent une première évaluation de leurs connaissances, cependant les établissements concernés ne devraient pas hésiter à proposer des programmes d'été de mise à niveau linguistique et autres à ces étudiants. Cette première période de cours permet aussi aux étudiants de « tester » leur détermination à venir étudier en pays francophone.

Par ailleurs, et c'est ce qui se fait déjà dans certains établissements, il est possible d'offrir 2-3 semestres de cours de français intensif afin que ces étudiants étrangers puissent d'abord apprendre la langue pour ensuite s'inscrire dans un programme diplômant. Cela demande une organisation supplémentaire mais celle-ci, de même que les coûts occasionnés, sont très raisonnables par rapport à l'avantage que nous avons de recevoir et pouvoir intégrer des étudiants étrangers dans nos programmes.

DIFFÉRENTS NIVEAUX DE PROGRAMMES ET VALIDATION DES CURSUS

Nous devons pouvoir offrir quatre niveaux de programmes différents au moins dans chaque établissement et rester à l'écoute des participants, pour y apporter éventuellement des modifications.

Au niveau des compétences communicatives et pragmatiques, il est évident que celles-ci seront variées et dépendent du pays ou continent d'origine des étudiants. Des cours dans le groupe « civilisation, compétence culturelle » aussi sous forme de travaux dirigés pourront y remédier. Il ne faut pas hésiter à utiliser la langue maternelle des étudiants étrangers et à les prendre en petits groupes pour ces cours.

Concernant les validations des cursus suivis à l'étranger, il ne faudrait pas les surcharger de difficultés. N'enfermons pas nos étudiants dans des carcans en les forçant à suivre à l'étranger par exemple le même cours de comptabilité avancée qu'ils auraient suivi dans leur université d'origine ! Leur échec est pratiquement pré-programmé car il leur manque les connaissances

fondamentales dans cette matière typique du pays étranger. Et les étudiants s'en rendent compte. Ils acceptent car ils ne peuvent pas refuser mais quel bénéfice vont-ils en retirer ? Et que vont penser les professeurs et les étudiants des établissements partenaires en voyant vos étudiants peiner et finalement rater l'examen ? Il ne faudrait pas sous-estimer l'impact à l'étranger sur l'image de votre pays, sa société, etc. Les études à l'étranger doivent favoriser les relations internationales et non pas renforcer les clichés ou donner une fausse image d'un pays.

Le plus grand bénéfice qu'un étudiant peut retirer d'études à l'étranger est justement d'être à l'étranger, et en tant que responsables, nous nous devons d'être flexibles avec la validation. C'est pourquoi il ne faut pas hésiter à intégrer, dans ces programmes pour étudiants en programme d'échange, des cours spécifiques des techniques ou connaissances par exemple des pays francophones. Bien au contraire, tout le monde les appréciera car un étudiant ne va pas à l'étranger pour suivre un cours auquel il aurait pu participer en restant à son université.

LES MATIÈRES ENSEIGNÉES

Quant aux connaissances des matières enseignées, il a été remarqué que c'est à partir du niveau Bac + 2 et Bac + 3 (Licence/bachelor), donc après avoir acquis les connaissances fondamentales, que les étudiants étrangers s'adaptent le mieux et sont les plus performants.

Ceci s'explique d'une part par le fait que les programmes jusqu'à l'équivalent du DEUG et/ou Licence sont entre-temps devenus très similaires. En outre, après au moins deux ans d'études, les étudiants ont acquis une certaine maturité qui leur permet de mieux apprécier et profiter d'une période d'études à l'étranger.

À nous de leur ouvrir les portes de nos cours qui sont le plus en rapport avec leurs buts et ceux de leurs établissements et ainsi leur permettre d'étudier de façon complémentaire quand ils assistent à des cours non proposés chez eux. Ou bien ils peuvent aussi se spécialiser dans certaines matières en suivant les cours d'approfondissement.

L'accueil des étudiants en programme d'échange doit être flexible et cela n'aide personne d'enfermer les étudiants étrangers dans des cursus spécialement conçus pour eux, bien au contraire, la mixité des groupes est le plus grand avantage pour tous.

« la mixité des groupes est le plus grand avantage pour tous »



Cour intérieure du campus de Schwenningen de la HFU

LA DIVERSITÉ CULTURELLE

Les composantes culturelles diverses constituent un autre élément à prendre en compte.

Etant donné que les groupes sont la plupart du temps internationaux, nous ne pouvons pas organiser de programme en fonction d'une certaine culture ; et d'ailleurs les participants le voudraient-ils vraiment ? Il est évident que les collaborateurs chargés de la préparation de ces programmes doivent être interculturellement compétents ; par contre, l'apprentissage de la compétence culturelle se fera pour les étudiants pendant les cours prévus à cet effet, du moins en théorie. Et la vie de tous les jours en milieu francophone se chargera de leur expérience interculturelle pratique.

LES ÉQUIPES PRÉPARANT CES PROGRAMMES

On le voit, pour les équipes les préparant, ces programmes représentent un très grand défi car il faut en peu de temps apporter aux étudiants tout ce qu'ils attendent d'un séjour à l'étranger, et nous avons vu que leurs objectifs sont multiples. À nous de leur offrir des programmes comprenant une partie standard complétée d'une partie à la carte adaptée aux pré-requis et objectifs des étudiants voulant ou approfondir leurs connaissances, ou les compléter en participant par exemple à un cours « Force de vente, techniques de vente » typiquement français, ou parce que ce n'est pas proposé dans leur établissement d'origine. N'oublions pas et ne négligeons pas le fait que pour un étudiant étranger, le français est lié à la culture et à la civilisation francophones, et n'est pas seulement « un outil de communication » dénué de connotations culturelles comme c'est le cas pour d'autres langues.

PROPOSITION DE CONCEPT DE PROGRAMME

Passons maintenant à une proposition concrète de programme divisé en quatre parties principales.

A) FLE/FOS

Ces cours de français centrés sur la française, adaptés aux

niveaux de connaissance des étudiants, devraient être offerts à raison de 4-6 heures par semaine régulièrement pendant leurs études. Ils constituent 15% du programme. Même si le niveau des étudiants en français est très bon, ils ont besoin d'un soutien pour l'apprentissage de la langue. Les cours de ce genre sont d'ailleurs déjà offerts dans toutes les universités accueillant des étudiants étrangers.

Pour les différents cursus, on insistera plus sur le vocabulaire technique spécifique à ceux-ci, par contre durant les cours intensifs de FLE/FOS pendant les deux semaines d'intégration précédant la rentrée, il faudrait consacrer 50% de l'apprentissage au français courant de conversation afin de faciliter les contacts sociaux par la suite.

Du succès de ces cours de français intensifs dépend la bonne réussite des premiers mois d'études des étudiants étrangers.

B) CIVILISATION ET COMPÉTENCE INTERCULTURELLE

Cette partie devrait compter pour 20% du programme. Il est extrêmement important d'apporter des connaissances dans ces deux domaines qui peuvent être enseignés en français, dans la langue maternelle des étudiants ou en anglais (si c'est la Lingua Franca du groupe) si ceux-ci ont de plus faibles connaissances en français. L'important est le contenu et la possibilité d'interactivité dans ces cours et beaucoup moins le moyen/la langue pour transmettre ces connaissances. Au niveau civilisation, ce sont en général les deux derniers siècles qui intéressent le plus les étudiants. Par ailleurs ils nous permettent de mieux éclairer la situation actuelle de nos pays et sociétés. Ceci nous donne aussi la possibilité de faire des projections vers le futur développement socio-politico-économique des pays francophones, ce qui passionne les jeunes au début de leur vie et de leur carrière.

La compétence interculturelle et les spécificités culturelles des pays francophones devraient être traitées dans un cours à part, car cela demande différentes compétences de la part de l'enseignant. Les étudiants vont y acquérir d'autres connaissances théoriques qui peuvent faire l'objet de travaux

dirigés d'un tout autre style que ceux des cours de civilisation. En outre, cet apprentissage est permanent durant le séjour des étudiants et très lié à leur vie de tous les jours, donc plein de rebondissements, joies, déceptions, et à ce moment-là on voit toute l'utilité du cours de compétence interculturelle qui se nourrit aussi des expériences du quotidien rapportées par les étudiants.

C) LES COURS DE MATIÈRES ENSEIGNÉES EN FRANÇAIS

Cette partie primordiale des études à l'étranger devrait compter pour 45% du programme. Elle comprend donc tous les cours dispensés en français économique ou technique ou autres que les étudiants en programme d'échange auront sélectionnés, naturellement en accord avec leurs tuteurs responsables dans leur établissement d'origine et celui d'accueil afin, entre autre, de leur assurer à l'avance la validation de leurs choix. Ceci est d'ailleurs la règle générale appliquée depuis de très nombreuses années. Utiliser une deuxième langue qui est donc moins naturelle, moins affective que la langue maternelle facilite l'abstraction pour les étudiants, ce qui fait que, selon leur niveau dans l'établissement d'origine, les étudiants devraient pouvoir choisir à l'étranger des cours de niveau égal ou supérieur au leur, ce qui leur permet de compléter ou d'approfondir leurs connaissances. Parfois nous pouvons les laisser suivre un cours de première année alors qu'ils sont en troisième, si celui-ci traite d'un sujet totalement nouveau pour eux. Et dans le même ordre d'idées, nous pouvons les laisser participer à un cours de troisième année qui, à première vue, semble une répétition de ce qu'ils ont déjà suivi comme cours dans leur pays, mais qui en fait traite du même sujet mais du point de vue d'une culture et civilisation très différentes. Le bénéfice ne sera pas seulement linguistique : les étudiants pourront aussi comparer les deux façons d'aborder un même sujet ou thème. On constate là l'un des énormes avantages apportés par les possibilités d'études à l'étranger.

Ce qu'il faudrait éviter, à mon avis, ce sont les listes de cours à suivre imposées par le tuteur de l'université d'origine et qui se basent sur, par exemple, le programme de Licence de l'université d'origine en essayant de trouver au maximum les équivalents dans celui de l'université partenaire. Dans le cadre des doubles diplômes, cette stratégie est plus compréhensible car les programmes intégrés ont été composés par les responsables. En revanche, dans le cadre d'une année d'études à l'étranger, cela n'apporte rien à l'étudiant de le forcer à suivre un cours par exemple de droit des affaires niveau 3 à l'étranger parce qu'il est en troisième année d'études. Il lui manque les connaissances des niveaux 1 et 2, c'est-à-dire les connaissances fondamentales et bien sûr, il ne retirera aucun bénéfice d'un niveau 3. Il vaudrait mieux le laisser suivre un cours de niveau 1 qu'il comprendrait

beaucoup mieux et au cours duquel il apprendrait aussi la façon de penser et d'aborder le thème du droit des affaires en français car les concepts sont très différents d'un pays à l'autre.

Certains établissements proposent des programmes entiers niveau Licence aux étudiants étrangers et qui sont enseignés en anglais ou dans leur langue maternelle. Sans vouloir dire qu'il faille augmenter énormément ce groupe de programmes, il est cependant évident que ceci est une très bonne approche pour accueillir des étudiants ayant un niveau peu élevé - voire même aucune connaissance - en français.

Nous pouvons dans ces cas-là intensifier l'apprentissage du français (FLE/FOS) pour qu'au bout d'un an, ces étudiants soient capables de suivre des cours en français, faire un stage dans une entreprise francophone ou bien, une fois revenus chez eux, puissent dans leur entreprise et leur vie privée utiliser le français. Le fait qu'ils soient venus étudier en France prouve leur intérêt, leur respect, leur envie d'apprendre à connaître les pays francophones, ils nous tendent la main. C'est pourquoi nous devrions leur offrir un maximum de possibilités d'apprendre la langue, et tout ce qui concerne la civilisation et la culture francophone.

Les expériences que font les jeunes à l'étranger ont un impact immense à court, moyen et long terme sur leur personnalité et développement personnel et professionnel. Nous ne devrions pas le sous-estimer.

D) PROGRAMME ACCOMPAGNATEUR

Cette partie composée de projets, découvertes, visites culturelles, activités extra-curriculum devrait compter pour environ 20% du programme car elle répond à la troisième catégorie d'objectifs des étudiants : la découverte et l'affirmation de soi-même.

Parallèlement elle favorise et répond à ce que les entreprises attendent de nos jours des jeunes dirigeants : la multidisciplinarité, savoir travailler en réseau, être mobile, créatif, flexible, communicatif, socialement compétent en milieu multiculturel, savoir prendre des initiatives, accepter l'insécurité, pouvoir s'adapter rapidement à de nouvelles situations, comprendre les relations de même que les conséquences des décisions prises au niveau gestion, social, éthique ainsi que politique. En quelque sorte le dirigeant ou collaborateur parfait et performant mondialement ! Comment aider ces étudiants étrangers à travers ces activités ?

Tout d'abord la participation avec des Français à des projets d'entreprise très courants dans les écoles accélère leur intégration, les valorise et leur fournit de précieux contacts à l'international. Leur contribution avec leur point de vue différent, si elle ralentit le démarrage

du projet, se révèle ensuite essentielle pour le succès du projet sous tous ses aspects.

Dans le même ordre d'idées, les « découvertes » faites par les étudiants étrangers et qu'ils présentent ensuite aux autres sont pour eux des défis à relever où ils peuvent utiliser toute leur capacité à gérer le risque et en même temps profiter et se réjouir de vivre des aventures à l'étranger. Les visites et activités culturelles ont bien sûr des objectifs évidents. En général celles-ci sont organisées par les collaborateurs des bureaux des Relations internationales tout au long de l'année. Dans leurs programmes sont intégrées des visites de musée, mais aussi de la ville, de la région, des compétitions sportives, des représentations théâtrales, de même que de courts séjours de fin de semaine dans d'autres villes du pays étranger. Par ailleurs, il est aussi important d'organiser quelques visites de diverses entreprises typiquement françaises. Les étudiants étrangers apprécient énormément ces programmes organisés pour eux et sont extrêmement sensibles à toutes les marques d'intérêt qu'on leur porte. Dans toutes les évaluations des étudiants revenant de l'étranger, l'accueil chaleureux est mentionné parmi les premières choses qui les ont touchés et font qu'ils veulent y retourner et garder de bons contacts.

Il est très intéressant de voir à quel point l'amabilité, la gentillesse, la courtoisie, l'aide, l'intérêt qui leur sont témoignés pendant leur séjour à l'étranger va les marquer. Les activités extra-curriculum sont liées à l'esprit d'initiative des étudiants de même qu'à leur sens social car celles-ci ne sont pas forcément proposées par les universités. Au contraire, ce sont les étudiants qui, par leurs initiatives, les font naître, par exemple au sein d'une association, par l'organisation d'un gala de bienfaisance, l'organisation d'échanges de cours de langues (échanger une heure de conversation en français contre une heure en allemand), etc.

Les étudiants étrangers peuvent en créer de nouvelles au sein de l'université d'accueil ou bien participer à celles montées par d'autres étudiants. L'important est qu'ils y participent et contribuent à leur succès. Comme on le voit, les étudiants étrangers seront très occupés, bien encadrés mais pas enfermés dans un wagon lancé sur des rails et qui les emmènerait là où ils ne veulent pas aller.

En conclusion, on peut dire que la mondialisation a fait du « séjour à l'étranger » une qualification clef pour l'avenir des jeunes leur permettant d'acquérir des modes de raisonnement différents tout en conservant son côté ludique et de découverte

passionnante si cher à ceux qui partent.

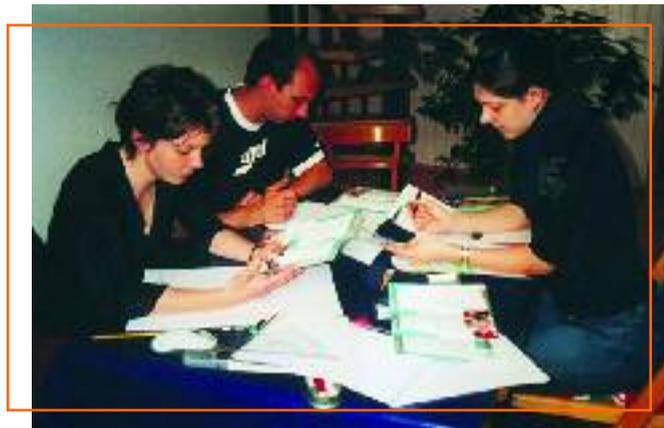
Essayons d'atteindre l'inaccessible étoile en leur proposant des programmes aussi complets et variés que possible dans nos pays francophones, le bénéfice n'en sera que plus grand



Escalier intérieur du bâtiment principal, campus Schwenningen

car mutuel : il ne faudrait pas ignorer bien sûr, le plaisir que

nous avons à bien recevoir les autres, les étrangers, et à leur faire découvrir avec fierté notre pays. ■



Étudiants internationaux à la bibliothèque de HFU sur le site de Furtwangen

GRANDES ÉCOLES DE COMMERCE : RECRUTEMENT INTERNATIONAL 2007

Le service des admissions internationales (SAI) de la DRI/E est l'opérateur, pour le recrutement d'étudiants étrangers, de deux grandes écoles de management de la CCIP : **HEC et ESCP-EAP**. Les candidats, obligatoirement titulaires d'un diplôme équivalent à la Licence (Bachelor's degree, Licenciatura...) obtenu hors de France, se soumettent au concours organisé par le SAI dans plus de 60 centres d'examens dans le monde.

Cette voie d'accès permet une **admission directe en Master Management du prestigieux programme grande école**. Le très sérieux quotidien britannique, *The Financial Times*, confirme l'excellence de la formation dispensée par HEC et ESCP-EAP en leur attribuant, pour la deuxième fois consécutive, les premières places dans son classement des 25 meilleurs Masters Management en Europe (<http://rankings.ft.com/rankings/masters>).

HEC et ESCP-EAP accueillent chaque année au sein de ce programme plus d'une centaine d'étudiants étrangers, de **80 nationalités différentes**, créant ainsi un environnement de formation totalement international.

Pour en savoir plus sur :

- le programme Grande École : www.hec.edu
www.escp-eap.net
- les procédures de sélection : www.sai.ccip.fr

Votre contact à la DRI/E : Philippe OSTER
int.promoedu@ccip.fr - +33 1 49 54 29 92

EXAMENS DE FRANÇAIS DES AFFAIRES ET DES PROFESSIONS - CALENDRIER 2007 - SESSIONS INTERNATIONALES

Nouvel examen : **Certificat de français professionnel, 1^{er}**

MOIS DE SESSIONS	DATE DE CLÔTURE DE LA DEMANDE DE SESSIONS	DATES PRÉFÉRENTIELLES DE SESSIONS EN 2007
JANVIER	18 décembre 2006	entre le 22 et 26 janvier
AVRIL	26 février 2007	entre le 2 et 6 avril
MAI	2 avril 2007	entre le 7 et 11 mai
JUIN	7 mai 2007	entre le 11 et 15 juin
SEPTEMBRE	24 août 2007	entre le 24 et 28 septembre
DÉCEMBRE	5 novembre 2007	entre le 10 et 14 décembre

degré (CFP 1)

Après le lancement du Diplôme de français médical en juin 2006, le CFP, 1^{er} degré (niveau A2) sera proposé à l'ensemble de nos centres d'examens à partir d'avril 2007.

Pour tout renseignement, consultez le site : www.fda.ccip.fr

TEF

Recherche en évaluation

À l'occasion de son 19^e colloque, tenu les 11, 12 et 13 septembre 2006 à Luxembourg, l'Association pour le développement des méthodologies d'évaluation en éducation (ADMÉE-Europe) a fêté ses 20 ans. Le colloque s'est développé autour de deux axes principaux : d'une part, les perspectives nouvelles pour l'évaluation liées aux innovations dans ses formes, ses pratiques, ses modélisations, et, d'autre part, un retour sur 20 années de travaux mettant en évidence le caractère évolutif de l'innovation en évaluation.

Située aux confluents de la recherche et des pratiques en évaluation, la DRI/E présentait, pour la troisième année consécutive, des communications sur les travaux qui s'inscrivent dans sa dynamique de « recherche-action ». En collaboration avec l'Université de Mons-Hainaut, l'équipe du TEF a présenté deux études : la première portait sur les biais culturels dans les évaluations internationales en français langue étrangère, et la seconde sur l'évaluation et l'auto-évaluation en français langue étrangère par le biais d'une approche empirique du *Cadre européen commun de référence pour les langues* (CECRL) du Conseil de l'Europe à travers le TEF et l'échelle d'autoévaluation DIALANG.

Informations :

<http://admee.emacs.lu/conf2006/site/index.html>

Innovation

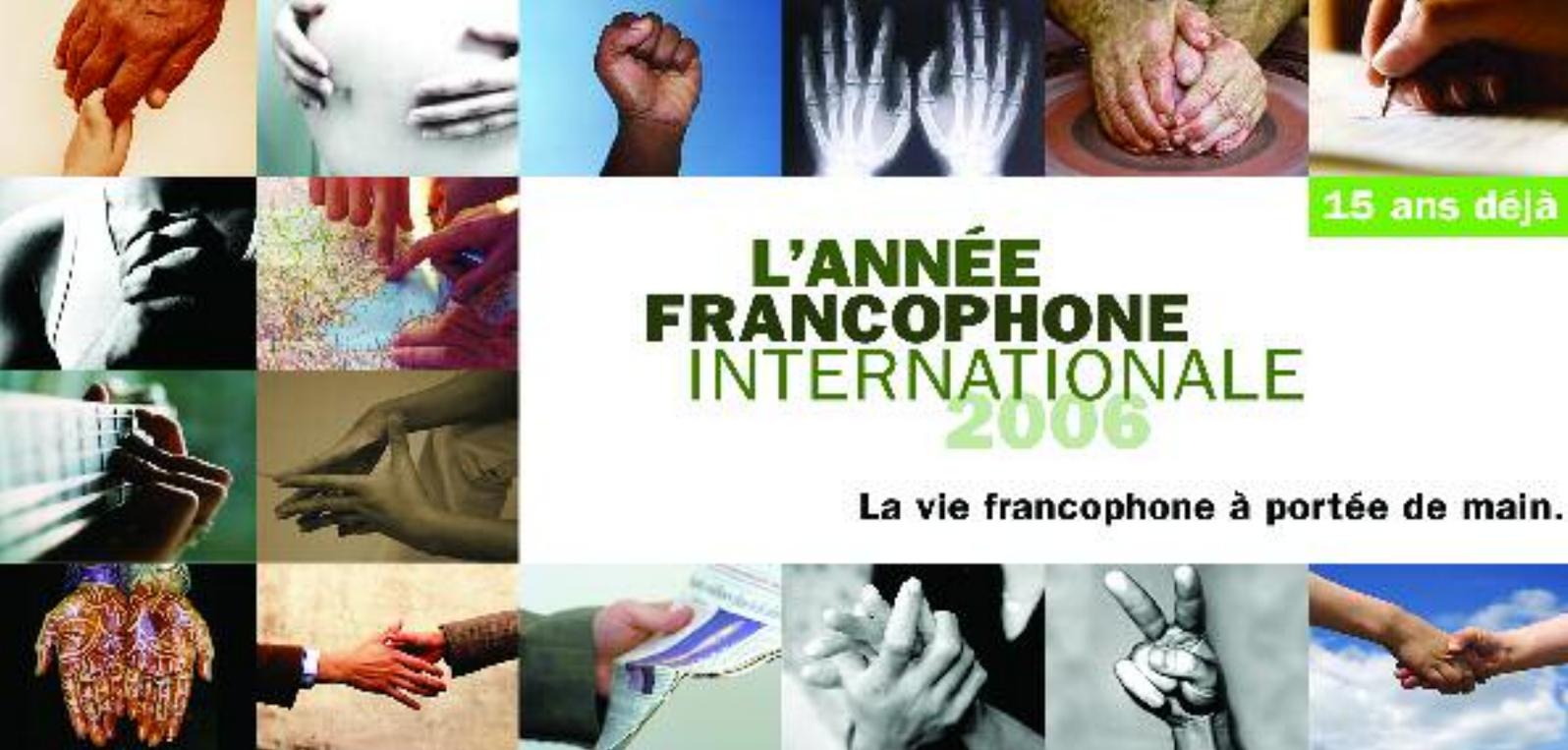
La CCIP est une nouvelle fois sollicitée au niveau international pour son expertise en évaluation par un acteur fort du monde francophone. En effet, le TEF, dans une version adaptée, a obtenu depuis le 16 octobre 2006, l'homologation officielle du ministère de l'immigration et des communautés culturelles du Québec pour l'évaluation des compétences en français des migrants. Cette homologation officielle renforce le caractère international du TEF, déjà reconnu par le Gouvernement fédéral à travers CIC - Citoyenneté et Immigration Canada - et par le ministère français de l'Éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche pour l'accès des étudiants étrangers aux établissements d'enseignement supérieur.

FORMATIONS DE FORMATEURS

- Le **DDIFOS** : Diplôme de didactique en français sur objectifs spécifiques. Pour la deuxième année consécutive, 22 professeurs ont suivi les 3 modules de formation permettant aux enseignants de français langue étrangère de préparer le DDIFOS.
- Le **DAMOCE** : Diplôme d'aptitude au management d'organismes culturels à l'étranger.

Le DAMOCE a été créé en 2006 et a été remis aux professeurs ayant suivi avec succès les 2 stages suivants dans le cadre de l'Université d'été : « *Gérer un organisme culturel à l'étranger* » et « *Capter de nouveaux publics* ».

Pour tout renseignement, merci de vous adresser à Marie-Christine GALAT, courriel : mcgalat@ccip.fr



15 ans déjà

L'ANNÉE FRANCOPHONE INTERNATIONALE 2006

La vie francophone à portée de main.

L'Année francophone internationale est une revue annuelle qui dresse un bilan politique, économique et culturel dans près de 70 pays et régions francophones. Depuis 15 ans, elle offre une information actualisée et détaillée de l'espace francophone.

Dans l'édition 2006, retrouvez

- l'état du monde francophone accompagné de cartes, de tableaux et de photos
- des dossiers thématiques sur le 100^e anniversaire de la naissance de Léopold Sédar Senghor et le 35^e anniversaire de la Francophonie
- un portrait de la vie institutionnelle et associative francophone suivi d'un répertoire des principaux acteurs de la Francophonie.

POUR VOUS LA PROCURER

www.ulaval.ca/afi

AFI - Québec

Faculté des lettres, Université Laval
Québec, Canada G1K 7P4

T (418) 656-5772

F (418) 656-7017

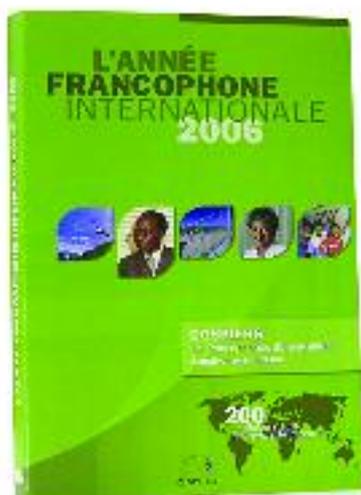
afi@fl.ulaval.ca

AFI - Paris

3, rue Émile Duclaux
75015 Paris, France

T/F (33) 01 47 34 33 60

afi@afi-revue.org



Appel à communications

Points Communs N° 30

Enseigner le FOS à des débutants

La rubrique *Recherche en didactique* du FOS et de l'évaluation sera consacrée, dans le numéro 30, à l'enseignement du FOS à des débutants.

Le niveau de français requis pour commencer un enseignement-apprentissage de FOS suscite des questions et observations récurrentes chez les enseignants ou les étudiants en formation.

Cette question de faisabilité ou de non-faisabilité à partir du niveau A1 est très importante puisqu'elle conditionne la mise en place de programmes de formation : la durée, la méthodologie à adopter, l'utilisation de documents authentiques...

Cette problématique suscite un certain nombre de questions :

- L'enseignement-apprentissage du FOS au niveau débutant est-il toujours faisable/souhaitable ?
- Est-il préférable de commencer la formation par du français général à orientation spécialisée ?
- Quels types d'exercices et d'activités privilégier ?
- Comment peut-on exploiter un document authentique à un niveau débutant ?
- Quels outils et ressources pédagogiques ?

Vous êtes enseignant-chercheur ou enseignant de langues. Vous pouvez contribuer à cette réflexion en nous envoyant un article avant le 11 décembre 2006.

Merci de l'adresser en version électronique à Madame Dominique FRIN : dfrin@ccip.fr

Format : 18 000 caractères espaces compris.

Les contributions seront soumises au Comité scientifique de cette rubrique qui se compose de :

- Jean BINON (Université de Leuven-Belgique)
- Serge BORG (CLA-Besançon)
- Francis CARTON (Université-Nancy II)
- Odile CHALLE (Université-Paris X)
- Jean-Pierre CUQ (Université-Aix-en-Provence)
- Marc DEMEUSE (Université de Monts-Hainaut-Belgique)
- Jean-Marc MANGIANTE (Université d'Artois)
- Florence MOURLHON-DALLIES (Université de Paris III)
- Chantal PARPETTE (Université-Lyon II)
- Jean-Jacques RICHER (Université de Bourgogne)
- Nathalie SPANGHERO-GAILLARD (Université de Toulouse II)



Nouveau !

Le Dictionnaire encyclopédique du français des affaires
Louis Rigaud, 69 euros TTC, broché, 916 p., éd. La Maison du Dictionnaire

Plus de 6 000 définitions, restituées dans les contextes d'utilisations ; des analyses ; de nombreux exemples ; des informations pratiques et un index des termes étrangers.

Domaines couverts : Économie, droit, gestion.

Domaines connexes : Sciences et techniques appliquées aux affaires et aussi statistiques, informatique, sciences humaines, etc.

Ce dictionnaire s'adresse aux étudiants et enseignants des Écoles de Commerce, aux cadres des entreprises commerciales et industrielles. Il sera également très utile aux membres des professions libérales, les formateurs, sans oublier tous ceux qui veulent mieux comprendre la vie économique et sociale, dans son histoire, dans son actualité immédiate, dans son avenir.

Le Mot d'Or des Dictionnaires a été attribué à Louis Rigaud par l'APFA (Actions pour promouvoir le français des affaires) sous le patronage de la Délégation générale à la langue française.

ÉDITEUR, LIBRAIRE, DIFFUSEUR



5 000 RÉFÉRENCES EN MULTILINGUES

UN UNIVERS D'EXPERTS MAIS AUSSI DE PASSIONNÉS ET DE CURIEUX !

TRADUCTION, TERMINOLOGIE, LINGUISTIQUE, LEXICOGRAPHIE...
DICTIONNAIRES, GUIDES, LEXIQUES, GLOSSAIRES...

RETROUVEZ TOUTES NOS RÉFÉRENCES SUR [WWW.DICOLAND.COM](http://www.dicoland.com)

N° 1 DE LA VENTE EN LIGNE D'OUVRAGES SPÉCIALISÉS

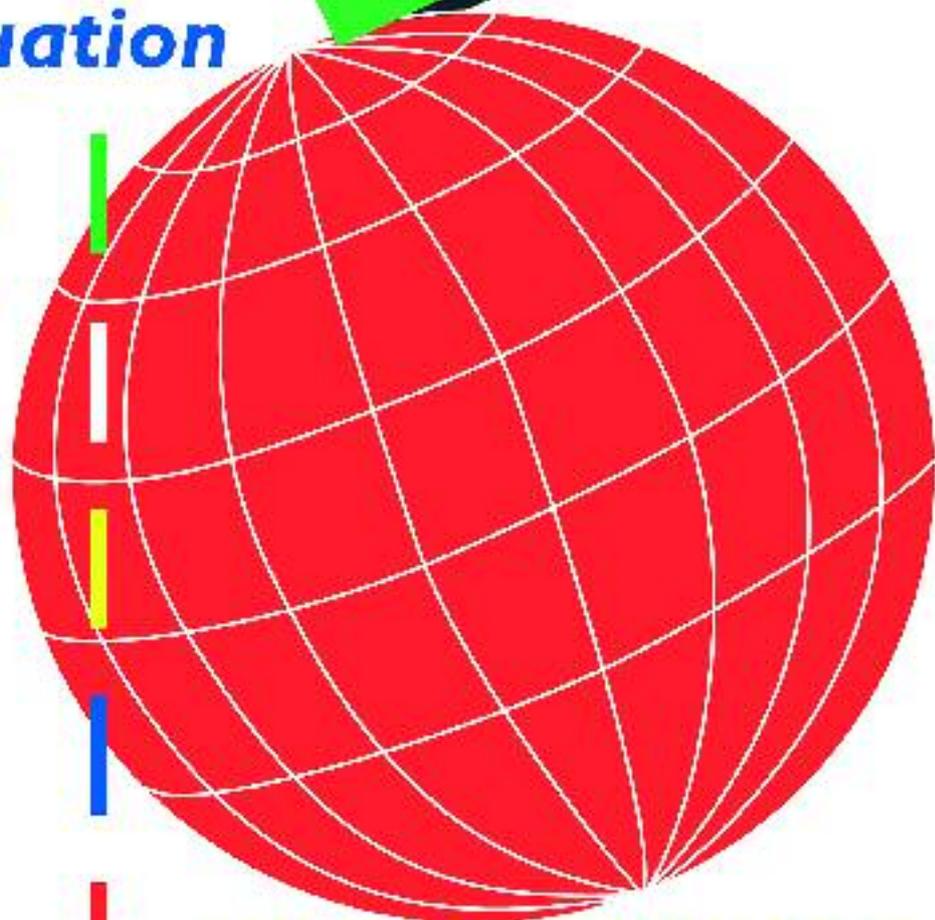




Lancement
novembre
2006

Test d'Évaluation de Français

de la Chambre de commerce
et d'Industrie de Paris



adapté au Québec



TEF
Chambre de commerce et d'industrie de Paris
CCI/IE
26, rue de l'Abbé Grégoire
F 75279 Paris Cedex 06

Téléphone : +33 (1) 49 54 28 22
Télécopie : +33 (1) 49 54 28 90
Mél : tef@ccip.fr

un service de la



Chambre de commerce
et d'industrie de Paris

Agenda

VIII^E FORUM FRANCO-ALLEMAND – SALON DU RECRUTEMENT

Strasbourg, 18 - 19 octobre 2006

Le forum franco-allemand constitue le lieu de rencontre des principaux acteurs européens de l'économie et de la formation où se côtoient responsables du personnel d'entreprises internationales, responsables de programmes d'enseignement supérieur, diplômés à la recherche d'une carrière internationale et étudiants. Près de 150 exposants de nationalités allemande, suisse, autrichienne, luxembourgeoise et française seront présents. Plus de 7500 visiteurs sont attendus au Parc des expositions de Strasbourg où ce forum aura lieu. La Direction des relations internationales de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris tiendra un stand où elle présentera ses activités et notamment le e-tef.

Pour tout renseignement, consultez le site : www.ffa-dff.org

Lieu du colloque : Parc des expositions. Hall 20, place de la Foire Exposition, F-67007 Strasbourg cedex.

COLLOQUE ASDIFLE

L'interculturel : un champ pluridisciplinaire de recherche

Paris, 24 - 25 novembre 2006

C'est sur le thème de l'interculturel que se dérouleront à l'université de Paris-Dauphine, les IV^{èmes} Rencontres du CICLAS (le Centre de recherche Identités culturelles et Langues de spécialités) et le XX^{ème} anniversaire de l'ASDIFLE. Le programme détaillé et les informations pratiques sont diffusés sur le site de l'ASDIFLE : fle.asso.free.fr/asdifle

CONGRÈS EUROPÉEN DE LA FÉDÉRATION INTERNATIONALE DES PROFESSEURS DE FRANÇAIS

Le français, une langue qui fait la différence

Autriche, Vienne, 2 - 5 novembre 2006

Les deux commissions européennes de la Fédération internationale des professeurs de français (FIPF), la Commission d'Europe centrale et orientale (CECO) et la Commission d'Europe de l'ouest (CEO) organisent à Vienne du 2 au 5 novembre 2006 en collaboration avec l'ambassade de France en Autriche et l'Association des professeurs de français en Autriche, le premier congrès européen de réflexion et d'orientation sur l'avenir de l'enseignement du français en Europe. Durant les trois journées de ce congrès, la place du français en Europe, les enjeux et les perspectives de son enseignement seront débattus autour des thèmes suivants : « *Quelles politiques linguistiques pour le français en Europe ? Le plurilinguisme et le pluriculturalisme ; L'enseignement-apprentissage du français langue étrangère et seconde, richesse d'un champ de pratiques et de recherches* ». La Chambre de commerce et d'industrie de Paris participera à ce congrès et interviendra sur les thèmes suivants : « *Français sur objectifs spécifiques et formation ; Innovations dans l'enseignement du français professionnel et sur objectifs spécifiques : pratiques, évaluation et certifications ; Français sur objectifs spécifiques, ingénierie de la formation, enseignement à visée professionnelle* ».

Pour tout renseignement, consulter le site : www.vienne2006.org

Directeur de la publication : Nicolas JACQUET

Directeur de la rédaction : Guilhène MARATIER-DECLÉTY

Directeur adjoint de la rédaction : Frédéric FIOLETTI

Rédactrice en chef : Dominique FRIN

Comité de rédaction : Maïté BAGARRY, Dominique FRIN, Frédéric FIOLETTI

Comité scientifique : Jean BINON (Université de Leuven-Belgique), Serge BORG (CLA-Besançon), Francis CARTON (Université Nancy II), Odile CHALLE (Université Paris X), Jean-Pierre CUQ (Université Aix-en-Provence), Marc DEMEUSE (Université de Mons-Hainaut-Belgique), Jean-Marc MANGIANTE (Université d'Artois), Florence MOURLHON-DALLIES (Université de la Sorbonne Nouvelle Paris III), Chantal PARPETTE (Université Lyon II), Jean-Jacques RICHER (Université de Bourgogne), Nathalie SPANGHERO-GAILLARD (Université Toulouse II).

Abonnements, édition, diffusion, publicité : Dominique FRIN

Ont collaboré à ce numéro : Elie Cohen, Florence Michau, Éliane Damette, Annick Wehrle, Anne Ract-Madoux, Marie-José Bachmann.

Conception : Emilie Chevat- CCIP/ERMES/Pao Les Bluets - **Impression** : PDI - Octobre 2006

© **Photos** : les élèves du Master Médias ESCP-EAP, Eric Audras/PhotoAlto, E. Morency/CCIP, Sophie Loubaton/TOMA/CCIP, B. Teissèdre/CCIP.

Chambre de commerce et d'industrie de Paris

Direction des Relations Internationales/Enseignement 28, rue l'Abbé Grégoire, 75279 Paris cedex 06

Rédaction : +33 1 49 54 17 53 - **Télécopie** : + 33 1 49 54 28 90 - **Courriel** : dfrin@ccip.fr - **Abonnements** : + 33 1 49 54 17 53

Dépôt légal : Janvier 2006 - n° ISSN 1281 - 1157

> **OBJECTIF**

PAR BÉATRICE TAUZIN,
professeur à l'Alliance Française de Paris,
auteur du Français à Grande Vitesse

ET ANNE-LYSE DUBOIS,
professeur à l'Alliance Française de Paris

EXPRESS

LE MONDE PROFESSIONNEL EN FRANÇAIS



L'ESSENTIEL DU FRANÇAIS EN 120 H

- Pour adultes en contexte professionnel ou se préparant à la vie active
- Dès le niveau débutant

CONFORME AU CADRE EUROPÉEN COMMUN DE RÉFÉRENCE AVEC :

- Un apprentissage par tâches
- Des autoévaluations
- Un développement de l'autonomie

OBJECTIF EXPRESS, C'EST :

- Un livre avec CD encarté
- 10 unités + des exercices de grammaire, un lexique...
- Un cahier d'activités, un guide pédagogique et des CD audio !

AVEC CD ENCARTÉ !



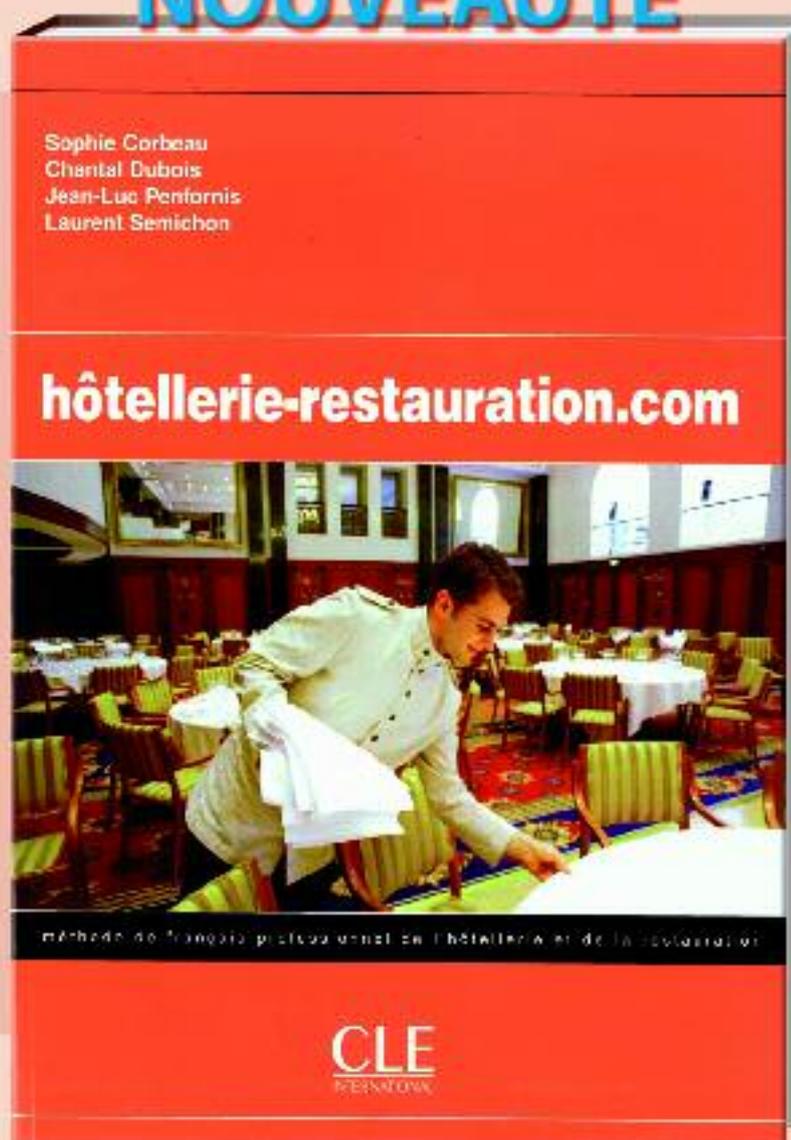
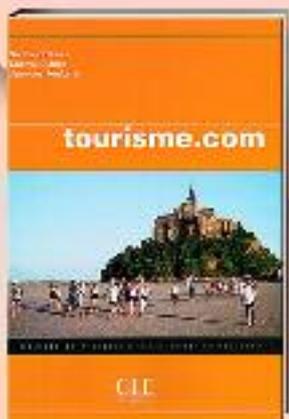
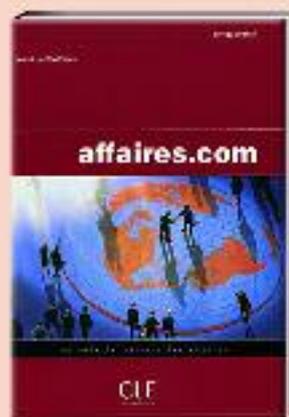
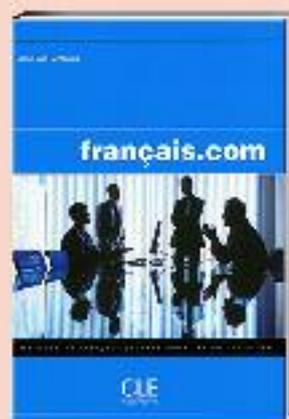
HACHETTE
Français langue étrangère

HACHETTE
Français langue étrangère

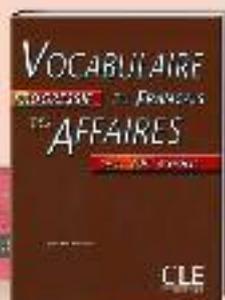
Se préparer efficacement aux examens de la CCIP

avec la collection **.com**

NOUVEAUTÉ



Les CAHIERS spécialisés de la collection



www.cle-inter.com

CLE
INTERNATIONAL