



HAL
open science

Entretien Autonomie et FOS

Elisabeth Letertre, Marie-José Barbot

► **To cite this version:**

Elisabeth Letertre, Marie-José Barbot. Entretien Autonomie et FOS. La revue du français à visée professionnelle, 2006. hal-02501560

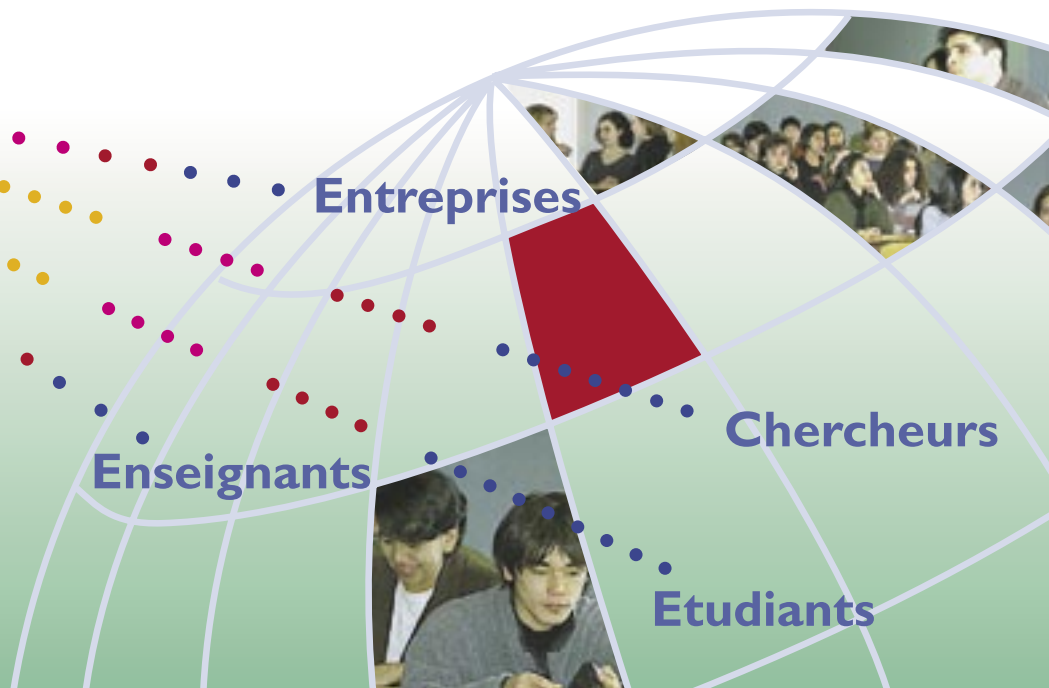
HAL Id: hal-02501560

<https://hal.science/hal-02501560>

Submitted on 11 Mar 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



N° 27

Entretien

Autonomie et FOS

Par *Marie-José Barbot*

Recherche en didactique du FOS et de l'évaluation

Des mots pour construire

Par *Elisabeth Letertre*

Didactique du FOS et
Formation Ouverte et à
Distance (FOAD)

Par *Dominique Casanova*

Dossier pédagogique

L'e-tourisme

Par *Stéphane Perez Gombau*

Pages du tourisme

Les agences de voyages face au
développement de l'e-tourisme

Par *Isabelle Leconte*





HACHETTE

Français langue étrangère

3 NOUVELLES MÉTHODES DE FRANÇAIS !



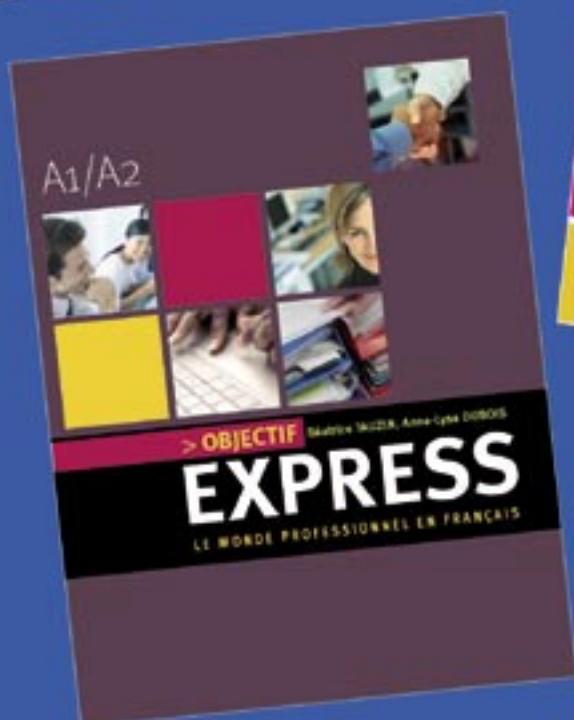
ALTER EGO

Sur 3 niveaux, pour grands adolescents/adultes
L'autre façon
d'enseigner/apprendre
le français



LE MAG'

Sur 3 niveaux,
pour adolescents



OBJECTIF EXPRESS

Un apprentissage rapide
et pragmatique pour débutants

Pour avoir plus d'informations et découvrir
ces méthodes sur Internet, rendez-vous sur notre site

www.fle.hachette-livre.fr

Bonne année à tous !

A toutes et à tous, je souhaite tout d'abord une excellente année 2006 et vous remercie de la fidélité que vous témoignez à notre revue et à nos activités.

Je vous livre dès à présent les premières informations de l'année concernant la Direction des Relations Internationales de l'Enseignement de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris.

Les dates de la 33^{ème} Université d'été ont été fixées : du 3 au 21 juillet 2006 et nous serons heureux de vous accueillir dans les différents stages proposés dont deux nouveaux stages créés pour cette nouvelle édition, consacrés au français administratif et au français langue d'enseignement universitaire.

Clé International vient de publier un ouvrage : « TEF, 250 activités » rédigé par des spécialistes de l'évaluation et des tests de langue qui vous accompagnera utilement dans la préparation au Test d'évaluation de français.

Venons-en au numéro 27 de Points Communs consacré largement aux relations entre le français sur objectif spécifique (FOS) et les multimédias.

Marie-José Barbot, professeur à l'Université de Lille 3, a bien voulu répondre à nos questions sur l'autoformation et le FOS et je l'en remercie vivement.

Tous mes remerciements vont également à Elisabeth Letertre, chargée de mission au Groupement d'Intérêt Public Formation de l'Académie de Rennes (GIP-FAR), pour son article consacré à la création d'un support de formation multimédia à destination de formateurs FOS chargés de formation auprès de publics migrants.

L'article « Didactique du FOS et formation ouverte et à distance » a été rédigé par Dominique Casanova, responsable pédagogique multimédia du TEF à la Direction des Relations Internationales de l'Enseignement de la CCIP.

Le dossier pédagogique traite de l'« e-tourisme ». Stéphane Perez Gombau, enseignant à l'Alliance française de Malaga, a élaboré des activités pédagogiques très variées à partir de documents authentiques sur ce sujet d'actualité qui témoigne de l'engouement des Français pour la vente en ligne de produits touristiques. Monsieur Perez Gombau fait partie de la première promotion du diplôme de didactique du français sur objectif spécifique (DDIFOS), examen professionnel lancé par la CCIP en janvier 2005. Je saisis cette occasion pour féliciter les 12 candidats qui ont brillamment passé cet examen.

Enfin, nous devons à Isabelle Leconte, responsable d'une agence de voyages, les pages consacrées au tourisme où elle présente, en écho au dossier pédagogique, son point de vue sur le développement de l'« e-tourisme ».

Je vous renouvelle tous mes vœux pour cette nouvelle année en espérant que nos échanges et collaboration deviennent et restent toujours aussi fructueux.

Guilhène Maratier - Decléty

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

SOMMAIRE

Édito	3
Bonne année à tous ! Guilhène Maratier-Decléty, <i>Directeur des Relations Internationales de l'Enseignement CCIP</i>	
L'entretien	4
Autonomie et FOS Marie-José Barbot, <i>Professeur à l'Université de Lille 3</i>	
Recherche en didactique du FOS et de l'évaluation	7
Des mots pour construire Elisabeth Letertre, <i>Chargée de mission au GIP-FAR de Rennes</i> Didactique du FOS et Formation Ouverte et à Distance (FOAD) Dominique Casanova, <i>Responsable pédagogique du TEF</i>	
Dossier pédagogique	16
L'e-tourisme Stéphane Perez Gombau, <i>Enseignant à l'Alliance française de Malaga</i>	
En direct de la DRI/E	31
Pages du tourisme	32
Les agences de voyages face au développement de l'e-tourisme Isabelle Leconte, <i>Responsable d'agence</i>	
Nouveautés édition	34
Bulletin d'abonnement	36
Agenda	38

Autoformation et français sur objectif spécifique

● **Vous êtes professeur à l'Université de Lille 3, spécialisée en didactique du français langue étrangère, multimédia et autoformation. Pouvez-vous nous dire sur quelles évolutions de l'intégration des multimédias vous travaillez actuellement ?**

Un des premiers points qui m'intéresse particulièrement en ce moment c'est comment on peut appréhender les questions du domaine culturel et développer des rencontres interculturelles à travers les multimédias. Pour ce faire, les outils utilisés peuvent être légers (forums, courriels...). Nous découvrons de nouvelles formes de rencontres avec l'autre.

Ensuite, il me semble que les apports sont du côté des aptitudes langagières partielles qui peuvent être développées également, beaucoup plus que de celui des dispositifs lourds du style « *tout en cours à distance* », le « *tout en ligne* » : le mythe de la machine à enseigner complète.

Ce qui m'intéresse, c'est de voir sur quels points spécifiques les multimédias peuvent apporter une plus-value. Je pense en particulier à tout ce qui relève de la compréhension écrite et orale à partir de documents sans cesse actualisés répondant à des besoins de publics différents.

Enfin, le troisième point sur lequel je travaille c'est de voir quels sont les fondements du point de vue pédagogique qui sont convoqués - c'est-à-dire que le multimédia est un outil - et donc quelles sont les écritures multimédia, l'écriture de l'unité didactique minimale (je dirai didème et non grain ou brique) qui

vont être intéressantes, ou quelles sont les productions que l'on va sélectionner d'un point de vue pédagogique en fonction d'une intention. Et là, je me réfère tout à fait aux différents courants de pédagogie active, à la pédagogie différenciée, à la pédagogie de groupe et à la pédagogie de projet. C'est-à-dire



que ce qui m'intéresse, c'est de voir comment ces pédagogies, qui ont été développées depuis le siècle dernier, réactivées par des chercheurs-praticiens comme Philippe Meirieu, comment la psychologie sociale autour de K.Lewin, doivent être revisitées pour utiliser avec profit le multimédia.

Parfois, des enseignants semblent dire qu'avec le multimédia, ils découvrent la nécessité de comprendre comment on communique en ligne, comment on monte un groupe. Tout cela a déjà été étudié dans les pédagogies centrées sur le sujet-apprenant, développées dans les années 70 fondées sur les principes de conscientisation de P. Freire, le grand pédagogue brésilien, et autour des notions d'empathie, de

congruence, de respect de Carl Rogers, de motivation interne et externe...

Une autre direction est l'apprentissage coopératif¹ et l'apprentissage collaboratif dans la lignée de B. Schwartz et le rôle des interactions dans la construction des schèmes mentaux et donc du savoir.

Donc, ce qui m'intéresse c'est de voir quels sont vos principes pédagogiques quand vous utilisez cet outil et dans quelle mesure cet outil peut être mis à profit pour vos choix pédagogiques.

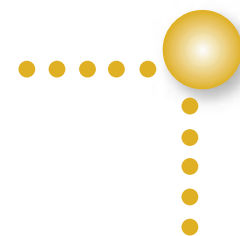
A coup sûr, les TIC sont des amplificateurs de pratiques, mais elles peuvent être pour certains collègues qui ne privilégiaient pas les questions pédagogiques, un déclencheur pour repenser leur acte d'enseignement.

Autre point, on ne peut séparer la dimension micro-éducative, l'acte d'apprentissage des niveaux organisationnels méso, et du niveau macro : celui des grandes orientations de l'éducation sur un plan éthique et politique en termes de choix de société, de place donnée à l'autonomie.

Les TIC impliquent de prendre en compte tous ces niveaux. En ce sens, les multimédias constituent donc bien une chance historique de repenser un système éducatif.

● **En ce qui concerne la formation des professeurs de langue, constatez-vous un changement dans les pratiques pédagogiques vers davantage d'autonomie en particulier dans des dispositifs de formation proposés aux étudiants ?**

1. R. Pléty, 1996, *L'apprentissage coopératif*, Presses universitaires de Lyon.



J'aimerais vous dire oui mais ce n'est pas facile. Je pense qu'il y a encore un déconditionnement à opérer chez les futurs enseignants. Je pense à des collègues de l'IUFM de Paris et à ce qu'on a appelé le « syndrome de Sissi » avec B. Viselthier². C'est-à-dire qu'en leur donnant la possibilité d'utiliser sur Internet tout ce qu'ils voulaient pour préparer un cours - d'allemand en l'occurrence - ils ont trouvé le moyen d'utiliser les documents les plus linéaires, avec le moins de photographies possible, qui faisaient « sérieux ».

Donc, il y a des représentations contre lesquelles il faut lutter. Il faut vraiment travailler sur la psychologie de l'apprentissage et montrer comment justement la multicanalité, la richesse du support multimédia, qui conjugue écriture, image, oral, peut être utilisée à profit. Comment le plaisir, la qualité esthétique, onirique, l'aspect ludique, la diversité sont des atouts pour la motivation qui est un grand problème en apprentissage de langue, alors que des enseignants ont encore un peu des approches dissociées : d'un côté, on fait du sérieux et de l'autre, des divertissements (un peu comme on a au départ utilisé la vidéo où le film est dans la classe), en omettant de les mettre à profit par rapport à des objectifs d'apprentissage. C'est bien, mais ce n'est pas facile.

L'autre aspect est d'ordre économique. Cela coûte cher de produire un outil selon des principes d'ouverture, de rétroaction, qui permet plusieurs parcours, qui offre une auto-évaluation. La rentabilité économique correspond mieux à des pratiques issues du behaviorisme qu'à une approche interactive et évolutive de savoirs à acquérir et de communication à développer.

● **Vous avez déjà eu l'occasion de travailler sur le principe d'autonomie et le français sur objectif spécifique. Pensez-vous qu'en FOS, la démarche didactique doit reposer sur l'autonomie ? Pourquoi ? Et dans quelle mesure ?**

Si l'on reprend le triangle de la didactique où il y a des finalités, des savoirs – donc là, le FOS – et des pratiques à mettre en place, du côté des finalités, je pose l'autonomie et une triple acception de l'autonomie.

L'autonomie sociale, c'est-à-dire l'insertion professionnelle ou la maîtrise de la professionnalisation, l'amélioration de la profession.

L'autonomie cognitive, c'est-à-dire être capable d'apprendre mieux tout seul puisque la base, c'est que la réflexion sur son propre apprentissage et la métacognition permettent de mieux s'approprier des savoirs (et donc il s'agit de connaissances du secrétariat, de connaissances commerciales ou de connaissances dans le domaine juridique ou chirurgical...).

Une autonomie de fort développement personnel, c'est-à-dire que je prends conscience de ma capacité à apprendre, à faire des progrès, à réétudier – alors que j'ai arrêté depuis longtemps – ou à pouvoir compenser des arrêts, des interruptions dans ma formation et donc sur le plan personnel, je peux me développer avec confiance.

Pour moi, les trois types d'autonomie : sociale, cognitive et personnelle, peuvent être développés ou doivent être développés lorsque l'on effectue des études de FOS.

Il me semble que le type d'accompagnement ne sera peut-être pas le même suivant les apprenants ou le type d'autonomie visée.

Il faudra veiller à voir si l'objectif personnel est plus une insertion professionnelle ou s'il est plus de

l'ordre de la reconnaissance sociale par les diplômés par exemple. Donc, il y aura peut-être un dosage à effectuer.

Il y a une étude très intéressante sur les APP de Claude Debon³ sur ce point-là, qui a montré qu'il y avait des corrélations entre les formateurs et que, suivant leur profil, enseignants, professionnels ou psychologues, les formateurs mettaient l'accent sur un des trois types d'autonomie.

En FOS, on a souvent affaire à des personnes qui ont des projets professionnels précis et donc l'autonomie peut d'autant plus être une finalité.

● **Vous êtes aussi membre du Comité scientifique du TEF de la CCIP qui développe un certain nombre d'outils multimédias ainsi que e-tef, version électronique du TEF. Pensez-vous que ces innovations relèvent d'une démarche d'autonomie ?**

Le développement de l'outil multimédia en lui-même ne signifie rien sur les choix pédagogiques. On peut aussi bien mettre à profit les multimédias dans une attitude directive, behavioriste : stimulus-réponse répétition-renforcement, que dans une vision autonomisante où l'on développe les interactions, où on offre aux étudiants d'avoir des situations - problèmes à résoudre, où on les met face à une pédagogie dans laquelle ils vont s'emparer progressivement de responsabilités dans leur apprentissage, où ils vont choisir des objectifs, où ils vont s'autoévaluer, et donc des outils qui leur permettent d'être plus indépendants et de ne pas être sans arrêt dans une relation où on leur dit de faire

2. Viselthier B, 2005

« Du syndrome de Sissi au « meta-Sissi », feedback de la formation en multimédia des professeurs-stagiaires d'allemand de l'IUFM de Paris. Journées d'étude des 21 et 22 janvier 2005 à l'Université Paris 7-Denis Diderot.

3. Debon C, 2001 :

« Les formations médiatisées : interactions entre dispositifs et usages en auto-formation » pp. 251-272, Questions de recherche en éducation, t. 2. Action et identité (CRF-Cham Paris), Paris : INRP

l'Entretien

Marie-José BARBOT



quelque chose. Donc les deux sont possibles.

Ce qui est important, c'est, et je crois que c'est le rôle du Comité scientifique, d'être vigilant pour ne pas sombrer dans le pôle de l'automatisation : l'automatisation de l'acte éducatif, de l'acte d'apprentissage, mais de bien discerner ce qui dans l'acte d'apprentissage peut être effectué seul de ce qui demande un accompagnement, ce qui est de l'ordre de la médiatisation et en complément de la médiation humaine, et donc d'être vigilant pour voir dans quel type de pédagogie on se situe.

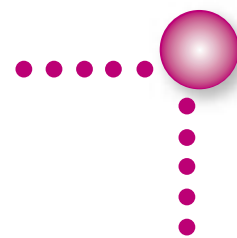
Pour parler des outils en général : les plateformes, les outils de formation des enseignants, on voit bien à la CCIP que l'on développe l'autonomie, l'accès à la parole, l'accès au propre point de vue, la discussion, la prise en compte du point de vue de l'autre, l'adaptation à de nouveaux environnements.

En ce qui concerne donc le TEF en ligne, il est certain que le fait de permettre à un étudiant d'entrer et de sortir de la formation, de passer l'examen au moment qu'il choisit constitue un facteur d'ouverture très important. Si l'on considère que, pour analyser l'autonomie, il faut prendre deux ou trois principes, dont celui d'ouverture, le TEF assure une ouverture du point de vue de l'entrée ou de la sortie dans le dispositif d'apprentissage. Il assure aussi une possibilité de vaincre les distances géographiques, qui sont très importantes, et je crois qu'en assurant aussi une transparence, une cohérence dans la définition des critères d'évaluation, on permet à l'apprenant de se situer vraiment par rapport à des objectifs institutionnels qui peuvent être réinterprétés personnellement. ■

● Biographie

Marie-José Barbot est professeur à l'Université de Lille 3, responsable du master FLE : autoformation et diversification des publics, experte en formation ouverte (projet Tempus RUFO) . Elle est également membre de l'AGRAF, Site : <http://membres.lycos.fr/autografl> groupe de recherche en autoformation. Elle a travaillé 25 ans à l'étranger. Site : <http://mbarbot.club.fr/index.html>





‘Les mots pour construire’

Lexique français de la maçonnerie
Support de formation multimédia à destination des formateurs Bâtiment et FLE



Le CD-Rom ‘*Les mots pour construire*’ a été initialement conçu pour aider les formateurs des disciplines Bâtiment et français langue étrangère chargés de la formation des publics migrants ne maîtrisant pas le français. Il s’agit d’un outil qui reconnaît l’importance des compétences linguistiques dans l’exercice de métiers précis et qui sollicite l’ingénierie de formation propre au français sur objectifs spécifiques, en l’adaptant à un dispositif multimédia. Ce CD-Rom est destiné à être utilisé prioritairement dans une approche interdisciplinaire : à partir de la réalité des chantiers, il outille le formateur dans la gestion de la professionnalisation et l’intégration du stagiaire migrant ou primo-entrant dans l’entreprise. Il met l’accent

sur les situations d’organisation de chantiers et de production tout en intégrant le vocabulaire spécifique individuel et collectif des chantiers.

Le CD-Rom est composé de 11 modules. Chaque module aborde les activités du maçon dans une entreprise et renvoie au lexique principal. Il est organisé comme suit :

- une introduction à écouter (un maçon ou bien son patron parle de l’activité traitée dans le module).
- un sous-titrage de cette intervention (accessible en cliquant sur l’icône ‘loupe’). Les mots signalés en rouge balisent la compréhension du document.

- une conclusion à écouter (brefs échanges sur l’entreprise ayant trait à la vie sociale : dire au revoir, demander et proposer de l’aide, s’excuser, interdire, demander de répéter ...).

- des ‘flashes’ qui évoquent des points de grammaire. L’entrée est communicative. Il reviendra au formateur d’approfondir ces points.

- des oppositions phonétiques à discriminer. Les paires de phonèmes opposés ont été choisies à partir de difficultés spécifiques du français oral relevées chez les publics dont la langue d’origine est le turc, l’arabe, le portugais, le roumain (parmi les migrants présents sur les chantiers des entreprises Bâtiment).



MODULE 1 La découverte de la maison	MODULE 2 Les métiers du bâtiment	MODULE 3 Les parties de la maison
MODULE 4 Les plans de la maison à construire	MODULE 5 L'installation du chantier	MODULE 6 L'implantation
MODULE 7 Le terrassement	MODULE 8 Les fondations	MODULE 9 Le montage des murs
MODULE 10 La réglementation, la sécurité	MODULE 11 L'entreprise	

Les usages de l'outil sont à définir par le formateur qui l'intégrera à sa progression pédagogique. Le CD-Rom peut par exemple être projeté à l'aide d'un vidéo-projecteur et être parcouru avec le groupe de stagiaires (découverte du lexique). Le produit peut également être utilisé dans un dispositif de formation individualisé. Le lieu de visualisation du CD-Rom sera alors un Atelier de Pédagogie Personnalisée, un centre de ressources ou dispositif de formation permanent. Il est alors consulté en binôme ou bien individuellement dans des phases d'apprentissage visant le renforcement des acquis, la répétition, voire l'auto-évaluation. Ce produit n'a pas été conçu pour être utilisé dans des phases d'initiation ou de découverte. Néanmoins si tel était le cas, les introductions des modules (monologues sous-titrés) nécessiteraient d'être revues avec un formateur.

Les 11 modules livrés sur CD-Rom peuvent également être implantés sur une plateforme de formation à distance ou consultés sur un site Internet. Ainsi, le produit est d'ores et déjà consultable en ligne, après saisie d'un identifiant et d'un mot de passe, sur la plate-forme de formation à distance du réseau des GRETA bretons, SAFIR (www.gipfar.fr). Un parcours en Vie Sociale et professionnelle est joint aux modules FLE. Il est également consultable en ligne sur le site du projet européen RESSAC avec code d'accès (<http://www.ac-rennes.fr/ressac/>).

La mise à distance du support implique néanmoins une réflexion sur l'usage du produit. Lorsque le produit '*Les mots pour construire*', initialement défini comme support de cours, sera consulté à distance, sur une plate-forme, que deviendra-t-il ? Quelle sera sa fonction ? Quelle sera sa place dans un parcours de formation individuel ? Quel sera son temps moyen de consultation ? Quelles interactions humaines accompagneront alors son usage ? Les réponses à ces questions nous seront données lors des retours d'usage. Il est déjà envisagé de créer des outils d'auto-évaluation en complément.

Détermination des contenus

Comme tout outil d'enseignement en FOS, le CD-Rom répond à une demande précise, qui requiert une analyse systémique du profil du public, de la durée et du contexte d'enseignement ainsi que des besoins en formation. En l'occurrence, le public est identifié à l'échelon régional. Depuis 2003, le GRETA de Haute-Bretagne forme des jeunes Turcs employés dans une entreprise du Bâtiment située à Redon. Ces ouvriers du bâtiment arrivent directement de Turquie et ne parlent pas français. Le GRETA met à disposition de cette formation un formateur 'Bâtiment' responsable de l'atelier technique (apprentissage du métier de maçon) et un formateur FLE, responsable des cours de français langue étrangère : une centaine

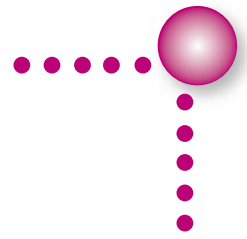
d'heures de FLE sont prévues avant l'intégration progressive des documents et activités du domaine de spécialité.

Un programme de français sur objectifs spécifiques impose aux formateurs de se familiariser avec le domaine spécifique. En 2004, les formateurs ont manifesté le souhait de formaliser leur expérience pédagogique sur un support de formation : le matériel spécialisé serait alors capitalisé et facilement transférable à de nouveaux formateurs. En 2005, le GIP-FAR de l'Académie de Rennes (réseau des GRETA de Bretagne) pilotait un projet européen RESSAC du programme EQUAL : Se former pour restaurer le patrimoine bâti local et créer un réseau européen de capitalisation des savoirs professionnels. La production du CD-Rom '*Les mots pour construire*' a été financée dans ce cadre.

L'une des premières étapes a été l'analyse des besoins du public retenu, en partant du vécu des formations dispensées à Redon. Les jeunes Turcs arrivés en Bretagne ont besoin de parler français pour s'intégrer à la commune qui les accueille et à l'entreprise qui les emploie. Mais par-delà la demande en français quotidien, l'objectif premier est l'apprentissage du français sur objectifs spécifiques et l'intégration à l'entreprise dans des conditions d'hygiène et de sécurité. Les contacts avec la CAPEB et la lecture d'études sur la présence des publics migrants sur les chantiers du bâtiment nous

Recherche en didactique

Elisabeth LETERTRE



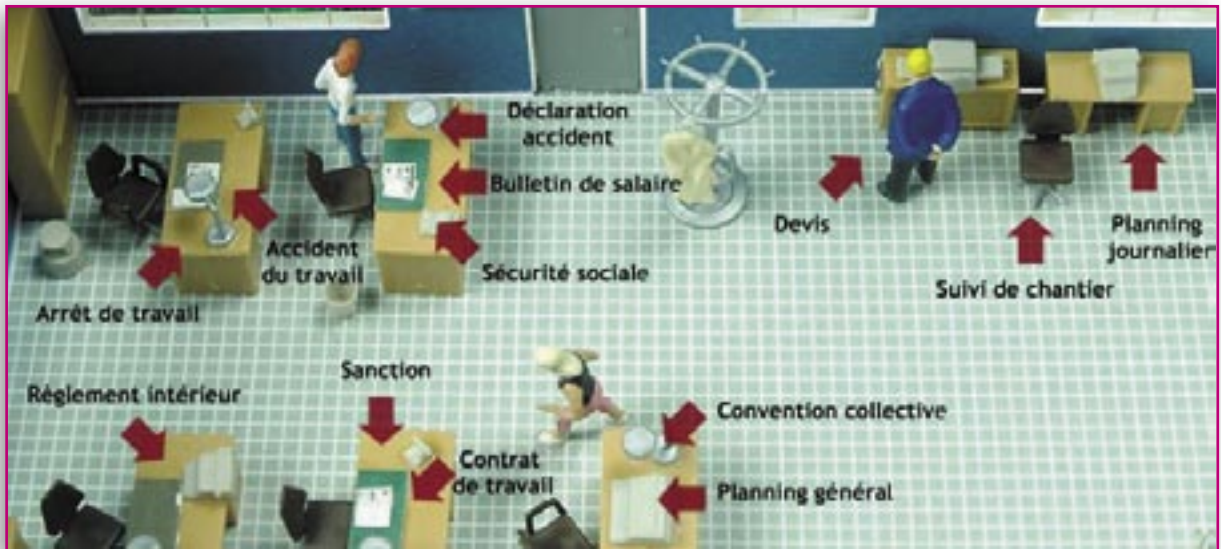
ont conduits à élargir notre cible, définie comme tout nouvel entrant dans les entreprises du secteur Bâtiment ayant des difficultés en français, et en priorité les migrants.

Outre cette première « collecte de données », la production de ce CD-Rom a été l'occasion de valoriser le fonds de matériel déjà constitué par les formateurs de Redon, dont les supports pédagogiques ont servi de ligne indicatrice à la collecte du matériel spécialisé (photos découpées dans des catalogues Bâtiment-Gros oeuvre, plans de maison, extraits des conventions collectives du bâtiment, ouvrages de technologie, documents administratifs, devis, déclarations

cognitives, psychiques, sensorielles... Nous avons en effet affaire à un métier avec ses aléas et ses avatars qui s'exerce chaque fois différemment selon l'organisation du chantier.

Mais si nous sommes parvenus à une connaissance assez juste du métier, quid du discours sur le chantier ? Que se dit-on sur le chantier ? Quelle est la fonction du discours ? Qui parle ? A quel moment ? En amont de l'action ? Dans le feu de l'action ? Quelle est la présence des langues étrangères (forte présence des immigrés) ? Quels sont 'leurs mots à eux' ? Quel est 'le langage maçon' ? Quel est l'argot du métier ? De quoi ont besoin les travailleurs migrants pour entrer

savoir-faire sont très peu verbalisés, formulés et les éléments apportés par la vidéo concernant l'activité langagière n'ont pas été suffisants pour être exploités. Afin de respecter les échéances de production, la décision a été alors prise de cibler le contenu du CD-Rom : notre démarche communicative et fonctionnelle viserait l'apprentissage du lexique de la maçonnerie (compréhension écrite et orale), dans le contexte d'une entreprise du Bâtiment. Le module II, axé sur la découverte de l'entreprise, proposerait d'imprimer, en vue d'une exploitation pédagogique, les documents écrits que peuvent rencontrer les maçons dans leur profession.



d'accident...). Le scénario pédagogique (la maquette d'une maison démontée et remontée) s'est inspiré de la démarche pédagogique d'un artisan messenger chargé de présenter son métier dans les écoles. La consultation du référentiel métier et l'interview de maçons nous ont permis de circonscrire les activités et comportements attendus du métier ainsi que le matériel et les matériaux utilisés. A partir des techniques d'analyse du travail empruntées à l'ergonomie et à la didactique professionnelle, la réalisation d'une vidéo a été utile pour décoder les activités réelles du métier et ses composantes physiques,

dans un échange avec leurs collègues qui parlent français ? On remarque que les ouvriers étrangers retiennent 'les mots de passe' et décodent les activités à effectuer en observant les mouvements et déplacements de leurs collègues, la disposition du matériel dans l'environnement physique. Les 'ficelles' sous-entendues du métier sont partagées, sans qu'il soit besoin des mots. On utilise souvent le geste pour décrire une action, expliquer une tâche, faire référence à une tâche antérieure : « fais comme ça », « tu vois ce que je veux dire ». Les langages gestuels reposent sur un principe d'économie verbale. Les

Du support de cours à la ressource pédagogique au service de l'autonomie

Toute ressource pédagogique multimédia est le produit d'une chaîne de production qui définit une interface et une navigation en cohérence avec le scénario pédagogique, calibre les médias et organise les unités de connaissances. Ce processus est décrit et balisé dans un cahier des charges négocié avec les formateurs et les développeurs. Celui-ci est finalisé après la phase de maquettage qui permet de définir la charte pédagogique, graphique, sonore et fonctionnelle du

Recherche en didactique

Elisabeth LETERTRE



produit. Le module 5 (Installation de chantier) a servi de prototype.

Produire une ressource pédagogique demande au formateur de quitter les postures de formation habituelles (celles de la pédagogie en présentiel et individualisée) et d'explorer les autres facettes de son métier (auteur, concepteur, compositeur, évaluateur, metteur en scène des savoirs ...). Notre rôle au GIP FAR est de les accompagner dans cette démarche qui consiste à mettre à plat le savoir à transmettre, à partir d'une définition rigoureuse des objectifs pédagogiques. Lorsqu'ils ont commencé à concevoir le produit, les formateurs pensaient transposer sur le support choisi les formules qui avaient fonctionné dans les ateliers et leurs cours en face à face. La première étape a été de passer de la mise en scène du savoir en classe à sa formalisation dans le cadre d'une progression pédagogique et dans un espace virtuel où le formateur est moins présent. Lorsque l'usage du produit en autoformation a été envisagé, l'apprenant-utilisateur est apparu dans cet espace, acteur de son apprentissage, interagissant avec la ressource pédagogique. Comment alors intégrer le souci d'autonomisation ? André Tricot (1998) distingue l'interaction de l'apprentissage qui fait l'objet du scénario pédagogique de l'interaction de l'utilisation qui fait l'objet de l'interface et de la navigation. Le scénario pédagogique d'une part et l'ergonomie d'autre part peuvent favoriser la mise en œuvre du processus d'apprentissage et ainsi soutenir la stratégie globale d'autonomisation.

Notre scénario présente un chantier de construction d'une maison jusqu'au montage des murs. Les séquences pédagogiques sont linéaires. Notre modèle pédagogique est transmissif et correspond à un apprentissage par exploration et par instruction. Une introduction met en scène un ouvrier qui décrit son activité ou dicte un tra-

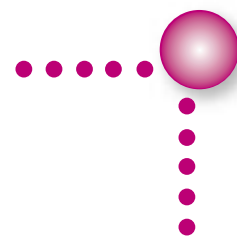
vail à faire. Le vocabulaire est présenté dans un contexte global. Puis l'approche est 'zoomée' : on écoute les mots associés à leur représentation visuelle, puis on les réécoute et on les lit. Une série d'exercices permettent ensuite de manipuler ce vocabulaire. C'est à ce niveau qu'intervient tout le potentiel des différents médias (images, sons, animations...).

est irréductible (effet enseignant, échanges, animation et suivi en ligne...) et doit être prise en compte dès la phase de rédaction des contenus, si l'on veut bien anticiper les usages qui seront faits de la ressource. Par ailleurs, l'autonomie prendra des formes différentes selon les individus, les comportements d'apprentissage étant variables. Tantôt un apprenant



La démarche pour passer du contenu à la ressource n'est pas modélisable parce qu'il n'y a pas d'apprenant standard, parce qu'on part des mécanismes d'appropriation des connaissances (l'attention, la perception, la motivation, le statut de l'erreur, l'utilisation des connaissances antérieures, la mémoire) et parce que la dimension relationnelle dans l'apprentissage

souhaite recevoir une information structurée, tantôt il demande qu'on le laisse explorer librement les ressources afin de les structurer à son propre rythme. Néanmoins, nous pensons que notre produit peut donner aux apprenants, à travers des situations d'enseignement-apprentissage et des contextes stimulants, des opportunités d'apprentissage actif.



Le scénario de l'ergonomie a un enjeu majeur dans la conception. Au service du scénario pédagogique, il incarne les actions décrites et les aides à l'apprentissage. A quelles conditions peut-il, lui aussi, favoriser l'autonomie ? Etant donné le double usage qui peut être fait du produit, l'interface apparaît d'abord comme une vitrine des contenus au service du formateur, avec un itinéraire linéaire (flèches avance, retour, sommaire). Dans le cas d'un parcours autodirigé, nous fournissons des aides à la mobilisation des activités cognitives. Par ailleurs, si les choix graphiques ont pour première fonction le décalage avec le réel afin d'éviter la confusion 'apprentissage du français/ apprentissage de la maçonnerie', ces choix contribuent également au message dans son ensemble. L'interface a pour fonction d'enrôler l'apprenant, de l'impliquer et de susciter son intérêt car l'autonomie utilise les mêmes ingrédients que la motivation qui est un moteur indispensable à l'apprentissage. Est autonome et motivé celui qui sait où il est et où il va, et celui qui sent qu'il a un certain pouvoir d'élaboration, de gestion, d'évaluation sur son travail.

A nouveau le double emploi du produit (comme aide pour le formateur ou en accès libre sur plateforme) a limité les fonctionnalités. Nous n'avons pas par exemple développé la fonction 'feedback' qui donne des informations explicites en termes d'écart par rapport au but visé. Par contre l'utilisation du produit est intuitive. Pour éviter toute surcharge cognitive, les consignes ne sont pas écrites mais représentées visuellement. Les symboles utilisés sont récurrents et stables (crayon, loupe, oreille). Les boutons de navigation ne sont pas ambigus et l'utilisateur peut explorer le module de son choix.

Conclusion

La réalisation du produit de formation 'Les mots pour construire' a été pour le GIP FAR une nouvelle occasion de constater que la conception de ressources

innovantes pour l'apprentissage est le point de rencontres de différentes disciplines (psychologie, sciences du langage, ergonomie, sciences cognitives, didactique des langues, informatique...) et nécessite dès lors l'intervention de multiples compétences. Aujourd'hui nous sommes dans l'étape de la mise en œuvre du produit. Un séminaire de transfert à l'intention des formateurs utilisateurs sera bientôt organisé au GIP FAR de Rennes.

Lors de l'écriture du scénario, la tension a été constante entre guidage du formateur et possibilité d'action de l'apprenant. C'est pourquoi nous attendons beaucoup des retours d'usage. La phase de collecte du matériel spécialisé a été également source de dépit et d'interrogation. Que se passe-t-il au fond quand les travailleurs migrants arrivent sur le lieu de travail ? On a vu que, sur le chantier, l'activité du maçon n'est pas structurée par le discours, mais bien par l'action. Dans les témoignages recueillis, communiquer revient à se débrouiller : « on arrive à travailler parce qu'il y a les autres ». 'Les mots pour construire' sont ceux d'un stock préfabriqué, quasi officiel. Néanmoins, pour celui qui maîtrise cette base lexicale, la construction d'une identité professionnelle et personnelle au sein de l'entreprise se trouve facilitée. Il reste que c'est dans la vie commune et son organisation particulière, que le travailleur migrant s'appropriera, en les confrontant à ceux des autres, les mots pour construire sa place sur le chantier. ■

Elisabeth LETERTRE

Chargée de mission au GIP-FAR de Rennes
Mission Développement des ressources
pédagogiques pour les dispositifs de
formation individualisée.

Bibliographie :

M. Grunhage-Monetti et alii (2005) : TRIM : *Training for the Integration of Migrant and Ethnic Workers into the Labour Market and Local Community*. Schneider Verlag Hohengehren GmbH.

M. Grunhage-Monetti et alii (2004) : ODYSSEUS : *la deuxième langue sur le lieu de travail. Les besoins linguistiques pour les travailleurs migrants : l'organisation de l'apprentissage des langues à des fins professionnelles*. Conseil de l'Europe.

M. de Ferrari et F. Mourlhon-Dallies (2005) : *Développer la formation linguistique au titre de la formation professionnelle continue en entreprise*, Etude DPM, rapport final.

J.-M. Mangiante et C. Parpette (2004) : *Le Français sur Objectif Spécifique : de l'analyse des besoins à l'élaboration d'un cours*. Hachette F.

Ingrid de Saint-Georges (2004) : *Actions, médiations et interactions : une approche multimodale du travail sur un chantier*. Cahiers de linguistique française n°26 « Les modèles du discours face au concept d'action ». Université de Genève, pp.320-341.

André Tricot (1998) : *Définitions d'aides en fonction des types d'apprentissages dans des environnements hypermédiés*, EPI.n J-F Rouet, B de la Passadière (Eds.), *Hypermédiés et Apprentissages*, Paris, Presses de l'INRP.

Didactique du FOS et formation ouverte et à distance (FOAD)



Pour devenir formateur en français sur objectif spécifique (FOS), l'enseignant de français langue étrangère (FLE) doit développer des compétences complémentaires qui lui permettront de construire des dispositifs de formation pertinents, tant au niveau du contenu (objectifs, activités) que de la forme (situations d'apprentissage, médiation didactique). Il lui faut par ailleurs s'adapter en permanence aux caractéristiques de son public (domaine d'activité, projet professionnel) en s'autoformant pour proposer une réponse adéquate à la demande de formation. Les nouvelles technologies de l'information et de la communication mettent à sa disposition un ensemble d'outils qui lui permettent de relever plus aisément ce défi et d'organiser différemment la formation par le biais de dispositifs de formation ouverte et à distance.

Formateur en FOS : un large éventail de compétences

Une formation en français sur objectif spécifique (FOS) est une réponse à un besoin particulier impliquant le développement de com-

pétences langagières en français. « La démarche-type d'élaboration de programmes FOS correspond à des demandes précises et ciblées de formation en termes d'objectifs de l'organisme demandeur, d'homogénéité du public-cible et des conditions matérielles de la formation. Sa mise en oeuvre comporte cinq étapes - demande/commande de formation, analyse des besoins, collecte des données, analyse des données et élaboration didactique »¹. Cela nécessite a priori un traitement au cas par cas, dans lequel le formateur voit sa fonction enrichie de l'élaboration d'un programme et de la conception d'un matériel pédagogique nouveau, adapté à la demande. Il doit pour cela être associé à chacune des étapes précitées et disposer de compétences en ingénierie de la formation².

Souvent, une formation en FOS est la rencontre entre un spécialiste de l'enseignement du français et des spécialistes d'un domaine particulier dans leur langue maternelle. Pour mener à bien son travail, le formateur FOS doit donc s'initier au domaine dans lequel le public cible évolue ou est amené à évoluer. Il ne s'agit pas pour lui de de-

venir un spécialiste du domaine, mais d'en saisir les enjeux et le langage pour proposer une formation pertinente. Il lui faut notamment « recenser les situations de communications dans lesquelles se trouvera l'apprenant et surtout [...] prendre connaissance des discours qui sont à l'œuvre dans ces situations »³.

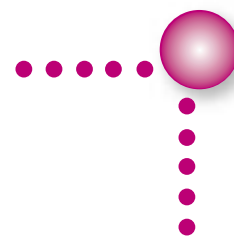
La relation entre le formateur et les apprenants est donc particulière : le formateur permet aux apprenants de comprendre et d'agir en français dans leur domaine de compétence, domaine dont il n'a parfois qu'une connaissance de profane. L'accès au savoir s'effectue donc par le biais d'une collaboration entre le formateur et les apprenants dans laquelle chacun apporte ses propres compétences. Cette situation peut être déstabilisante pour des enseignants plus habitués à un rôle de détenteur et de transmetteur du savoir. Le formateur doit ainsi savoir trouver sa juste place et créer les conditions adéquates pour assurer une médiation didactique.

Les situations d'apprentissage⁴ sont au cœur de cette problématique : le formateur doit veiller à ce qu'el-

1. Parpette C. et Mangiante J.-M., « Le français sur objectif spécifique ou l'art de s'adapter », in : Actes du colloque Le français langue étrangère et seconde : des paysages didactiques en contexte, Tours, septembre 2003.

2. L'association française de normalisation définit l'ingénierie de formation comme un « Ensemble de démarches méthodologiques cohérentes qui s'appliquent à la conception de systèmes, d'actions et de dispositifs de formation pour atteindre efficacement l'objectif fixé. L'ingénierie de formation comprend l'analyse de la demande, des besoins de formation, le diagnostic, la conception du projet formatif, la coordination et le contrôle de sa mise en œuvre et l'évaluation des effets de la formation. » (AFNOR – NF X 50 – 750 -I – Avril 1994).

3. Mangiante J.-M. et Parpette C., « Le Français sur Objectif Spécifique : de l'analyse des besoins à l'élaboration d'un cours », Collection F, Hachette 2005.



les favorisent les échanges au sein du groupe tout en développant progressivement l'autonomie des apprenants, afin qu'ils évoluent de plus en plus librement en français et qu'au sortir de la formation, ils soient en mesure d'appréhender seuls ou en groupe les situations de communication auxquelles ils seront confrontés. Il s'attachera donc à favoriser un apprentissage collaboratif et recourra principalement à des supports authentiques pour la formation.

Le recours aux TICE

L'essor des nouvelles technologies et du web met à disposition du formateur un ensemble de ressources, tant pour la préparation de ses cours que pour le déroulement d'activités, voire de la formation dans son ensemble.

Les ressources pédagogiques

Les ressources pédagogiques sont très nombreuses sur Internet et différents portails s'efforcent de les recenser par domaines de formation. On peut notamment citer dans le cas du FOS le portail <http://perso.wanadoo.fr/fle-sitographie/> qui permet d'accéder à un très grand nombre de sites pour l'autoformation et la préparation des cours.

• Le web dans la phase de préparation

Comme nous l'avons vu, il est souvent nécessaire au formateur, compte tenu des objectifs de la formation, de s'initier au domaine professionnel de son public, voire aux situations particulières auxquelles seront confrontés les apprenants à l'issue de la formation (un congrès scientifique par exemple). Il pourra pour cela consulter les sites Internet :

- de la presse spécialisée et des princi-

paux acteurs du domaine (nous renvoyons pour cela le lecteur au portail précité, qui répertorie ces sites par domaines puis par métiers) ;

- de la documentation française, qui propose en téléchargement une grande variété de dossiers thématiques et permet de commander des numéros des Cahiers Français après étude du sommaire ;

- du centre de langue de la CCIP (www.fda.cciip.fr) qui, dans son espace de ressources pédagogiques « Mélopée » propose une familiarisation avec le monde des affaires et celui du tourisme et de l'hôtellerie, sous forme de fiches thématiques ;

- de formation à distance, notamment le site de Canal-U Education (www.canal-u.education.fr/), « la webtélévision de l'enseignement supérieur et de la recherche », qui rassemble notamment les chaînes :

• « Université de tous les savoirs », qui donne accès à près de 900 conférences, sur une très grande variété de thèmes ;

• « Les Amphis de France 5 », qui dispensent des formations audiovisuelles dans différents domaines ;

• « Sciences en cours », qui propose des dossiers thématiques comportant quatre rubriques : 'Pour l'enseignement', 'Techniques et applications', 'Du côté de la recherche' et 'Points de vue', chacune de ces rubriques étant reliée à des documents audiovisuels ;

• « Eco-gestion », qui met à disposition des vidéocours, des reportages et des documentaires ;

• « BioTV » et « Canal-U Médecine », pour des documentaires sur la santé et la médecine. On peut dans ce domaine mentionner également le site de l'Université Médicale Virtuelle Francophone (www.umvf.prd.fr).

Ces mêmes sites permettront au formateur, en complément d'indispensables actions sur le terrain (interview de protagonistes du domaine,

enregistrements, enquêtes...), de rassembler les matériaux langagiers qui sont utilisés par des acteurs francophones du domaine, si possible dans des situations semblables à celles dans lesquelles les apprenants seront censés évoluer à l'issue de la formation, afin de faire ressortir les spécificités langagières liées aux contextes d'utilisation de la langue.

D'autres sites mettent à disposition des formateurs des ressources de cours de français dans un contexte professionnel. C'est le cas notamment :

- du site <http://francais-affaires.com/> (rubrique 'Dossiers' et rubrique 'Usages/Pratiques'), qui met à disposition des formateurs des activités de français professionnel dans un contexte québécois (exemples de dossiers : « la pub au Québec », « le tourisme international au Québec »...);

- des sites <http://home.sandiego.edu/~mmagnin/affaires.html> et <http://home.sandiego.edu/~mmagnin/hotel.html> qui présentent des canevas de simulation globale sur l'entreprise et l'implantation d'un hôtel ;

- du site www.tv5.org qui, dans l'espace enseignants, propose des fiches pédagogiques pour chacune des émissions dans lesquelles des situations professionnelles types apparaissent ainsi que l'exploitation pédagogique de clips consacrés aux métiers artisanaux dans la rubrique « Mains et merveilles ».

Mais nous nous éloignons ici de l'esprit de réponse spécifique à une demande précise. Les ressources sur les écrits du tourisme mises à disposition sur DocFLE (http://formulus.chez-alice.fr/html/fos/fos_index.htm) proposent en revanche au formateur un exemple concret d'élaboration d'une réponse à une demande spécifique. Il s'agit en effet des résultats d'un mémoire de

4. « La réflexion sur la construction des activités de classe comporte deux éléments : quoi enseigner, quels apprentissages viser, mais aussi et surtout comment envisager ces activités ? » in « Le Français sur Objectif Spécifique : de l'analyse des besoins à l'élaboration d'un cours », Mangiante J.-M. et Parpette C.



DESS en « *Politiques linguistiques et technologies éducatives* » dont l'auteur a conçu un programme sur mesure à l'attention d'étudiants vietnamiens, sélectionnés par l'AUF pour réaliser un stage en France, dans le cadre duquel ils devaient notamment « *animer un stand consacré au Vietnam et diffuser largement des documents promotionnels conçus par leurs soins* ».

Enfin, plusieurs sites Internet proposent des ressources en français professionnel pour les apprenants. On peut citer le CITIM (<http://citim.velay.greta.fr/>), « *outil de formation en ligne pour mieux comprendre le monde du travail* », qui offre un parcours libre ou prédéfini par le formateur constitué de 25 dossiers thématiques sur des thèmes variés (contrat de travail, salaire, période d'essai, smic, licenciement...). Ces dossiers ne s'appuient cependant pas sur des documents authentiques, mais des dialogues conçus et enregistrés par des pédagogues. Le site www.bonjourdefrance.com/ propose pour sa part, dans la rubrique « Français des affaires », des activités d'apprentissage basées sur des situations de recherche d'emploi, de la lettre de motivation à l'entretien d'embauche. Il s'appuie lui aussi sur des documents supports non authentiques.

Si l'exploitation de ces deux sites peut être envisagée pour des formations relativement générales de français de l'entreprise, ils ne conviennent pas nécessairement à une formation de français sur objectifs spécifiques, pour laquelle le formateur s'efforcera de travailler à partir de documents authentiques et sur des situations de communication en rapport direct avec les objectifs de la formation. C'est donc au formateur de construire ses activités.

• Les TICE en cours de FOS

Les technologies de l'information et de la communication mettent à disposition des formateurs des outils variés qui leur permettent d'intégrer à leur formation de nouveaux types d'activités et notamment d'offrir aux apprenants des possibilités d'apprentissage à distance et/ou en différé.

Encore faut-il que cela soit utile : se contenter de publier sur un site Internet le contenu d'un cours ou des exercices présente peu d'intérêt si cela n'apporte pas de réelle valeur ajoutée en matière d'apprentissage. En revanche, mettre à disposition une fiche d'activité incitant les apprenants à explorer des sites Internet d'acteurs francophones de leur domaine de spécialité pour y chercher de l'information et la réutiliser dans une activité de groupe favorise une démarche active et le développement de l'autonomie.

Bien entendu une séquence de cours médiatisée exploitant réellement les possibilités du multimédia (animation, voix/image, navigation hypertexte) peut présenter beaucoup d'intérêt (entretien de la motivation, illustration des notions travaillées...) et faire preuve d'efficacité, mais sa mise au point est souvent coûteuse. A moins d'être assuré de toucher un public large ou régulier, le formateur privilégiera plutôt les activités exploitant des sites authentiques.

Il s'appuiera pour cela sur les outils de communication comme le tchat, les forums, la téléphonie IP ou la web conférence qui lui permettront de mettre en place des situations d'apprentissage collaboratif variées, comme :

- la confrontation de points de vue dans le cadre d'un forum (expression écrite précédée, le cas échéant, de recherches sur des sites francophones – compréhension),
- l'étude de cas ou la résolution

de problèmes, en petits groupes aboutissant à une production écrite et/ou orale (web conférence ou plus simplement téléphonie IP).

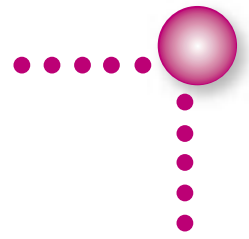
Le mél lui permettra de proposer un tutorat, tant pour les tâches individuelles que collectives, et de créer ainsi des liens personnalisés et de répondre à des besoins individuels. Personne ressource, il jouera alors son rôle de médiateur pour favoriser la construction des connaissances par les apprenants.

En programmant et en structurant l'ensemble de ces activités en un dispositif cohérent, comprenant ou non des séances en présence, le formateur s'achemine vers la mise en place de formations ouvertes et à distance.

La FOAD et l'organisation des apprentissages

La chaîne « *Profession formateur* », accessible à partir du site *Canal-U Education*, propose un ensemble de documents vidéos sur les TICE et la formation ouverte et à distance. Ces documentaires et témoignages présentent des dispositifs de formations existants, explicitent les démarches d'ingénierie de la formation qui en sont à l'origine, indiquent les outils de communication et de gestion des contenus qui sont mis en œuvre et montrent l'impact de la FOAD sur l'évolution des pratiques d'enseignement et d'apprentissage. Ils permettent au formateur d'appréhender ces nouveaux types de dispositifs dans leur diversité et d'identifier les transformations qu'ils induisent.

La formation ouverte à distance peut en effet revêtir des formes très diverses en combinant selon des schémas très variables activités à distance, en présence, synchrones ou asynchrones, en groupe ou en autonomie, avec des parcours individualisés ou non... Une conférence du consensus a abouti en 2002 à la définition suivante :



« Une formation ouverte et à distance est un dispositif organisé, finalisé, reconnu comme tel par les acteurs, qui prend en compte la singularité des personnes dans leurs dimensions individuelle et collective, et repose sur des situations d'apprentissage complémentaires et plurielles en termes de temps, de lieux, de médiations pédagogiques humaines et technologiques, et de ressources⁵ ».

Le rapport de cette conférence s'articule autour des trois notions suivantes :

- *l'autonomie de l'apprenant* : de par son rapport au temps et à l'espace, la FOAD offre à l'apprenant des marges de libertés étendues, et il importe qu'il soit en mesure de s'organiser et d'évoluer adéquatement au sein du dispositif. Une attention particulière doit donc être portée à l'entretien de sa motivation (adéquation entre les objectifs de la formation et les enjeux personnels) et au développement de ses capacités métacognitive ;
- *son accompagnement* : un apprenant n'est pas autonome, il le devient. Il doit pour cela adhérer au projet pédagogique (contexte, enjeux, finalités) et identifier les ressources (humaines, pédagogiques et technologique) et les modes d'organisation de la formation (définition du parcours, tutorat, collaboration, évaluation) qui lui permettront d'évoluer en toute confiance au sein du dispositif et d'être un acteur à part entière. Le rôle du formateur est de l'aider dans ce cheminement, de suivre son évolution et de lui apporter l'appui nécessaire pour franchir les obstacles ;
- *l'ingénierie des dispositifs* : un dispositif est donc à organiser pour créer les conditions de cet apprentissage. Il veillera à offrir une réponse structurée et adaptée à la demande, reposant sur des situations d'apprentissage complémen-

taires et articulées entre elles, et à fournir une structure et des outils d'accompagnement appropriés (positionnement, constitution de groupes, définition de parcours, suivi des progressions, régulation, évaluation...). Il cherchera notamment à promouvoir les échanges entre apprenants, le travail collaboratif favorisant :

- *la construction des connaissances*, par la confrontation des points de vue et l'ajustement des représentations ;
- *le développement de l'autonomie* : l'apprenant se positionne au sein du groupe, négocie le travail à réaliser, identifie des personnes ressources pour accéder à certaines informations, fait des propositions, expose son point de vue et le confronte à celui des autres. Il est donc amené à prendre des décisions, des initiatives, à affiner son raisonnement pour convaincre et à contrôler la justesse de ses représentations par rapport à celles des autres membres du groupe ;
- *l'entretien de la motivation* : les interactions sont permanentes et la responsabilité grande envers le reste de l'équipe. Chaque membre de l'équipe contribuant à la performance du groupe, des mécanismes d'entraide et de soutien psychologique apparaissent spontanément.

La mise en place d'un dispositif de formation ouverte et à distance n'est donc pas une chose aisée. De par les moyens supplémentaires qu'elle offre au formateur, elle suppose un travail d'ingénierie approfondi et introduit des ruptures en termes d'espace et de temps qu'il faut savoir prendre en considération dans la définition, l'articulation et la mise en œuvre des activités. Elle permet cependant d'apporter cette souplesse demandée par un pu-

blic professionnel souvent en manque de disponibilité pour des formations entièrement en présence. Pour cette raison, les outils et travaux développés dans ce domaine devraient être investis par les organismes dispensant des formations en FOS, dont les formateurs disposent déjà de compétences en ingénierie de la formation et accordent une attention particulière à l'autonomie des apprenants, à la médiation didactique et à la variété des situations d'apprentissage. Il leur restera à étendre leur champ des possibles en recourant aux possibilités offertes par les TICE et maîtriser les compétences d'organisation des apprentissages par le biais d'une plateforme d'apprentissage à distance⁶ (mise à disposition des contenus, tutorat, gestion administrative...).

En conclusion, les compétences à acquérir pour concevoir des programmes de français sur objectif spécifique sont multiples et variées et le formateur est contraint de s'adapter en permanence au contexte de la formation. Il pourra pour cela recourir à de nombreuses ressources du web, ressources qu'il pourra parfois exploiter dans le cadre d'activités pédagogiques. Cette faculté d'adaptation et d'autoformation le placent en première ligne de l'innovation pédagogique et en font un candidat tout désigné pour la mise en place de dispositifs recourant aux TICE. L'étape suivante consistera à concevoir des dispositifs de formation ouverte et à distance qui lui permettront de répondre plus précisément à la demande d'un public professionnel en quête de flexibilité. L'univers du FOS ouvre donc à l'enseignant de FLE des perspectives nouvelles et enrichissantes, en phase avec les progrès technologiques et l'évolution du monde de la formation. ■

Dominique Casanova

Responsable pédagogique multimédia du Test d'Évaluation de Français (TEF) - DRI/E - CCIP

5. Collectif de Chasseneuil, « Qu'est-ce que la FOAD ? », Conférence du consensus de Choiseul - mars 2002.

6. Il existe plusieurs plateformes gratuites et tout à fait adaptées (Ganessa, Dokeos...). Leur installation et leur administration requièrent cependant la présence d'un serveur Internet et d'une compétence en informatique. L'Université Claude Bernard Lyon 1 met également sa plateforme SPIRAL gratuitement à disposition des établissements de l'Éducation Nationale.

L'E-TOURISME

Par **Stéphane Perez Gombau**, enseignant à l'Alliance française de Malaga, Espagne



Thème

L'e-tourisme constitue un marché florissant qui croît régulièrement et très vite (+ de 50% en 2004) depuis l'apparition des 35 heures et l'engouement des Français pour les nouvelles technologies. Ces deux avancées ont permis aux sites de voyages en ligne de se multiplier. Le tourisme est l'un des 3 secteurs qui a dominé le marché français de l'Internet en termes de chiffres d'affaires en 2004. Ce domaine de l'e-commerce, dont les perspectives économiques sont prometteuses, a complètement bouleversé les circuits traditionnels de ventes de produits touristiques.

Commerce, tourisme et Internet sont les trois aspects qui seront traités dans ce dossier pédagogique.

Public et niveau

Les activités présentées dans ce dossier s'adressent en priorité à des apprenants étudiant dans le domaine de la vente et de la production touristiques ou à des professionnels des filières du tourisme ayant un niveau BI (CECR). On pourrait également inclure le public qui suit notamment l'option tourisme dans les centres de langues et se prépare au Certificat du français du tourisme et de l'hôtellerie (CFTH).

Objectifs

- Délimiter le domaine de l'e-tourisme
- Comprendre les aspects quantitatifs et qualitatifs de l'e-tourisme en France

- Découvrir les principaux opérateurs français de l'e-tourisme
- Approfondir le lexique relatif à l'économie, au commerce et au tourisme
- Rendre compte des idées principales d'un document
- Identifier et présenter l'offre des voyagistes en ligne
- Définir la notion de qualité dans l'e-tourisme

Méthodologie

Les différentes séquences proposées suivent une progression à la fois d'ordre :

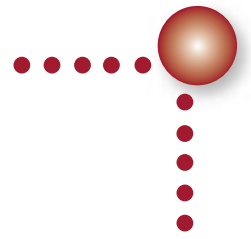
- thématique ▶ de la définition du domaine à l'analyse de l'offre et de la qualité des services dans l'e-tourisme
- didactique ▶ avec des activités favorisant l'autonomie et la production

Plan

1. Qu'est-ce que l'e-tourisme ?
2. L'e-tourisme en France
3. Les principaux opérateurs français de l'e-tourisme
4. Analyse de l'offre des principaux opérateurs
5. La notion de qualité dans l'e-tourisme

Bilan des acquisitions

Annexes



Qu'est-ce que l'e-tourisme ?



Cette brève introduction sur la séquence consacrée à l'e-tourisme a pour objet de favoriser la mise en situation des apprenants à travers la prise de parole autour du thème proposé et de dégager des hypothèses et un vocabulaire qu'ils pourront retrouver dans les autres activités de cette séquence.

Démarche

La première question est posée au groupe-classe par l'enseignant qui devra noter au tableau les productions des apprenants. La question E (sur transparent) favorisera la discussion critique autour de la définition de l'e-tourisme.

■ Exercice 1 :

A. Quels sont les produits ou les services que l'on peut acheter à travers Internet ?

Noter au tableau toutes les propositions des apprenants (ex: faire les courses, réserver des places de spectacles, acheter des disques, des livres, des voyages, etc.)

B. Comment appelle-t-on cette nouvelle forme de vente de biens et services ?

C. Appliqué au tourisme, comment appelle-t-on ce moyen de distribution ?

D. Rédigez votre définition de l'e-tourisme.

E. Parmi les définitions suivantes, choisissez celle qui vous semble correspondre le mieux à l'e-tourisme.

Vous justifierez votre réponse.

1. Système d'information qui permet à des clients potentiels de connaître l'offre des destinations touristiques de leur choix avant d'effectuer une réservation dans leur point de vente habituel.
2. Commerce via l'Internet qui permet aux touristes ou aux professionnels du tourisme de s'informer et réserver en ligne des prestations isolées ou des produits touristiques complets (forfaits) qui devaient auparavant être réservés par d'autres circuits (agence de voyages, téléphone, courrier...).
3. Système de réservation de séjours en ligne destiné à faciliter les opérations commerciales effectuées par les opérateurs touristiques.

L'e-tourisme en France

Comprendre les aspects quantitatifs et qualitatifs de l'e-tourisme en France

Compréhension orale

Démarche : L'enseignant demande aux apprenants de lire les questions des exercices 2 et 3 et d'écouter attentivement le document qui aura été préalablement enregistré (à défaut d'enregistrement, ce document sera lu par l'enseignant). Le document "l'e-tourisme en France" sera écouté à 2 reprises.

Selon le baromètre 2004 de l'Acsel (Association pour le commerce et les services en ligne), le tourisme est l'un des trois secteurs qui a dominé le marché français de l'Internet en termes de chiffre d'affaires l'an passé. A l'image de l'ensemble de l'e-commerce donc, les achats de voyages sur le Web affichent un taux de croissance à deux chiffres en 2004, selon une étude réalisée en janvier 2005 auprès d'un échantillon représentatif de 1.000 personnes par le cabinet Raffour Interactif. Ce baromètre, commandé par le voyageur en ligne Opodo, souligne que l'utilisation du Web pour réserver ou s'informer sur un voyage est aujourd'hui un réflexe pour un tiers des Français.

30 % des Français partis en 2004, soit près de 10 millions de personnes, ont en effet préparé leur séjour sur Internet l'année dernière contre 21 % en 2003. Sur ces 10 millions d'internautes, 40 % ont effectué une réservation ferme sur le Web (soit près de 4 millions de personnes). Le volume des ventes de voyages sur Internet a ainsi progressé de 48 % entre 2003 et 2004. Rapporté au total des Français ayant consommé des séjours marchands en 2004, soit près de 33,5 millions, le pourcentage de cyberconsommateurs est de 12 %. Un chiffre qui peut sembler minime mais qui représente une hausse de quatre points sur un an.

Raffour Interactif souligne que les femmes sont plus efficaces dans l'achat en ligne : 43 % d'entre elles ont transformé leur recherche d'informations en achat de séjour sur le Web contre 38 % des hommes. De manière générale, les internautes sont de gros consommateurs de voyages : 75 % d'entre eux sont partis en séjours en 2004 contre 53% des non internautes.

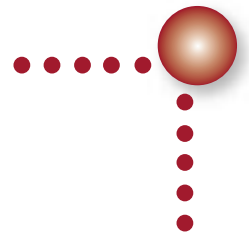
Les internautes se distinguent également par certains de leurs comportements de consommation touristique et sont notamment friands de courts séjours (une à trois nuits hors du domicile). 26 % d'entre eux déclarent avoir pris au moins deux courts séjours en 2003, contre 8 % pour les non internautes. Un résultat étroitement corrélé au pouvoir d'achat de cette population, dont les revenus sont en général plus élevés que la moyenne.

Le fractionnement des vacances est d'ailleurs l'une des principales tendances de l'année passée, au même titre que l'engouement pour les séjours thématiques. Et là encore, les internautes sont précurseurs : 24 % d'entre eux ont divisé leurs vacances en plusieurs voyages et 36 % déclarent souhaiter des séjours thématiques pour l'année 2005, contre respectivement 19 % et 23 % parmi les non internautes.

«Ces nouvelles attitudes de consommation, comme la recherche de vacances thématiques ou encore le fractionnement des vacances où l'on combine une semaine de plage avec une randonnée sont favorisées par Internet qui facilite l'accès à l'information et l'achat de ce type de vacances», commente dans un communiqué de presse Petra Friedmann, directrice d'Opodo France.

Enfin, sans surprise, l'enquête indique que les achats de dernière minute demeurent un mode de consommation de premier plan. 17 % des réservations de séjours ont été effectuées moins de quinze jours avant le départ pour l'ensemble des Français partis, soit 6 millions de personnes. Et 80 % de ces réservations de dernière minute sont le fait des internautes, soit 2,5 millions de personnes. Un chiffre qui confirme que la recherche du meilleur prix demeure le principal critère déterminant l'achat de voyages sur Internet.

Source: <http://www.journaldunet.com> (09/03/2005)



Compréhension écrite

■ **Exercice 7** : Lisez attentivement les 3 textes en annexe 1 et donnez un titre à chacun d'eux parmi les propositions suivantes :

- A. Le rythme de croissance des opérateurs de l'e-tourisme s'est maintenu en 2004.
- B. L'essor fulgurant des sites de voyages en ligne exacerbe la concurrence.
- C. France : Opodo rachète Vivacances.fr

■ **Exercice 8** : Lisez les affirmations suivantes et cochez la bonne réponse :

1. Voyages-sncf.com, filiale de la société nationale Expedia, est leader du marché de l'e-tourisme.
 a. Vrai b. Faux
2. Voyages-sncf.com est l'agence de voyage en ligne la plus ancienne.
 a. Vrai b. Faux
3. Les dirigeants des opérateurs de l'e-tourisme estiment que la concurrence sur le marché est rude mais équitable.
 a. Vrai b. Faux
4. Tous les opérateurs ont connu une forte croissance depuis 2003.
 a. Vrai b. Faux
5. Désormais, les principaux acteurs du secteur du voyage en ligne sont Opodo.fr, Lastminute.fr, Voyages-sncf.com et Expedia.fr.
 a. Vrai b. Faux

■ **Exercice 9** : A partir de ces 3 extraits d'articles et des informations que vous pourrez trouver en visitant les sites ci-dessous, vous complèterez par groupe le tableau "opérateurs" distribué (1 tableau par groupe). Chaque groupe devra présenter les résultats de ses recherches en précisant éventuellement s'il a utilisé d'autres sources en ligne (Voir exemple de tableau partiellement complété en Annexe II).

Annuaire des entreprises avec moteur de recherche : <http://societe.journaldunet.com/>

Les sites des opérateurs concernés (visiter leur rubrique "Qui sommes-nous?") :

<http://www.expedia.fr/>

<http://www.voyages-sncf.com/>

<http://www.opodo.fr/>

<http://www.fr.lastminute.com/>

Cette dernière activité basée sur la recherche d'informations en ligne suggère d'intégrer l'outil multimédia dans le dispositif pédagogique. Les centres dans lesquels elle sera exploitée devront donc être dotés de l'équipement ad hoc. Si tel n'est pas le cas, l'enseignant pourra demander aux apprenants de préparer cette tâche en dehors du centre. Le choix du recours à Internet dans cette séquence sur l'e-tourisme répond aux besoins suivants :

- inciter les apprenants à être plus actifs en leur donnant des tâches précises à réaliser. Ils seront ainsi plus motivés.
- intégrer dans le dispositif un outil quotidien de recherche d'information et de travail.
- permettre l'accès à des sources authentiques riches et variées.
- favoriser le travail d'équipe et l'autonomie des apprenants.

Analyse de l'offre des principaux opérateurs

Identifier les produits touristiques et les services des voyagistes en ligne

Approfondissement lexical

■ Exercice 10 :

1. Parmi cette liste d'expressions, quel est l'intrus ? Justifiez votre choix.

Bon plan - Coup de coeur - Promo – Bonne affaire

2. Un voyage sur mesure est :

- A- un voyage à bas prix
- B- organisé pour une clientèle d'affaires
- C- organisé en fonction des besoins du client
- D- organisé pour des groupes de taille variable

3. Un séjour dégriffé est :

- A- un produit à la carte
- B- une série de prestations à prix réduits
- C- un séjour qui n'inclut pas l'hébergement
- D- un voyage dont on connaît la destination à la dernière minute.

4. Un vol sec est :

- A- un vol où l'on ne sert rien à bord
- B- un charter
- C- un vol intérieur
- D- un vol réservé sans aucune autre prestation

5. Une pré-réservation est :

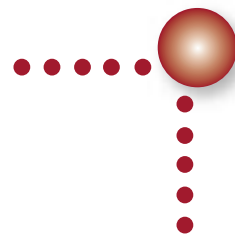
- A- une réservation traitée en priorité
- B- une réservation qui ne garantit pas la disponibilité des places
- C- une réservation où les places sont garanties
- D- une réservation faite longtemps à l'avance

Présentation de l'offre des voyagistes en ligne

L'activité suivante va permettre aux apprenants de découvrir et présenter tous les aspects de l'offre de 4 grands opérateurs de l'e-tourisme ainsi que les services complémentaires auxquels les clients peuvent avoir accès. Les résultats de leur recherche seront présentés en classe. Ils pourront ensuite commenter à l'oral les différences constatées entre opérateurs.

■ **Exercice 11 :** Par groupes de 4 (on peut le cas échéant faire plus de groupes et présenter davantage d'opérateurs en fonction des effectifs), vous analyserez l'offre d'un voyagiste en ligne en complétant le tableau distribué (exemple de tableau complété en Annexe III). Vous présenterez ensuite votre travail à la classe

Variante possible: Avant de passer à la phase de recherche en ligne. On peut leur demander à l'oral de constituer eux-mêmes le tableau en sélectionnant les critères pertinents pour parler de l'offre des opérateurs de l'e-tourisme.



La notion de qualité dans l'e-tourisme

Définir les critères de qualité d'un site de voyageur



Expression orale

■ **Exercice 12 :** *Lisez l'extrait d'article suivant :*

Pour l'édition 2003 du Trophée Qualiweb/Stratégies, Opodo.fr remporte le premier prix dans la section Tourisme/Transport. Depuis son lancement en avril 2002, le voyageur en ligne Opodo.fr s'est positionné comme une marque résolument engagée au service du consommateur. Déjà 1er Prix du trophée Qualiweb/Stratégies en 2002 dans la section Tourisme/Transport, Opodo.fr avait ensuite été classé 1er des sites marchands de séjours/billets d'avion par le baromètre TNS SOFRES 2003 en terme de satisfaction des clients. <http://www.tourisme4pro.com> (19/05/2004)

Quels sont d'après vous les critères qui permettent de juger de la qualité d'un site de voyageur sur Internet ? (L'enseignant note les idées au tableau)

Approfondissement lexical

■ **Exercice 13 :** *On peut ici proposer une correction en 2 temps (transformation / compléter le texte) Après avoir trouvé les formes verbales et adjectives correspondant aux noms suivants, vous complèterez le texte avec l'une de ces deux formes. Pensez à respecter les accords en genre et en nombre.*

Un voyageur en ligne doit tout d'abord proposer une offre exhaustive sur son site. Les informations données au client doivent être (1) et (2) De plus, il est fondamental de pouvoir (3) facilement au site et que les visiteurs puissent (4) sans difficultés. Dans un environnement très (5) il est nécessaire de (6) les clients. Les opérateurs doivent donc (7) le plus possible leurs services : (8) les demandes d'information en apportant des réponses rapides, (9) les clients et leur (10) des produits (11) à leurs besoins. En un mot, il semble déterminant de (12) au mieux les cyberconsommateurs.

Mots manquants : Précision ; Fidélisation ; Adaptation ; Concurrence ; Personnalisation ; Recommandation ; Clarté ; Navigation ; Satisfaction ; Accès ; Gestion ; Conseil.

■ **Exercice 14 :** *Classez dans le tableau les différents critères de qualité d'un site de voyageur.*

L'offre commerciale	La configuration du site	Le service client

1. moteur de recherche pour chaque type de prestation - 2. gamme complète de produits touristiques - 3. conseillers qui répondent aux appels et aux e-mails 24h/24, 7j/7 - 4. offres spéciales et promotions régulièrement actualisées - 5. grand choix de destinations disponibles - 6. site convivial sans publicité - 7. informations pratiques sur les formalités (visas, santé) - 8. présentation des destinations qui donne envie d'évasion - 9. grande facilité pour trouver le produit recherché - 10. cartes, guides, informations sur la météo et les événements.

Expression écrite

- **Exercice 15 :** *Le Trophée Qualiweb/Stratégies récompense les sites les plus performants en terme de relation client en ligne, en testant leurs réponses à l'envoi de courriels mystères sur leur boîte aux lettres. Vous choisirez parmi les sujets suivants un courriel que vous rédigerez au voyageur en ligne de votre choix.*

1. une demande d'information commerciale

exemple : un départ de dernière minute à Rome pour un week-end, un séjour de 8 jours au soleil pendant les vacances de février pour une famille avec 2 enfants de 3 ans et 12 ans, un voyage de 8 jours avec une personne handicapée, un anniversaire de mariage : un voyage exotique pour 15 personnes pendant 1 semaine...

2. une demande de stage

3. une candidature pour un emploi

4. une réclamation d'un client

exemple : surbooking dans un hôtel aux Etats-Unis, week-end raté en raison de l'absence de réponse à une demande de conseil pour un départ à Rome, remboursement d'un voyage suite à une annulation...

5. un problème technique

Conseils à l'enseignant :

- Cette activité suppose que les apprenants aient déjà abordé ce type d'écrits.
- A l'exception de la réclamation (possibilité de vérifier l'identité du client de la part du voyageur...), on peut aussi proposer d'envoyer réellement ces courriels et d'analyser les réponses obtenues.

Les productions écrites sont individuelles et seront corrigées par l'enseignant.

Bilan des acquisitions

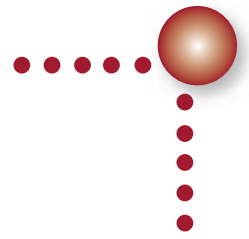
Expression écrite

- **Exercice 16 :** *Cette activité individuelle devra permettre aux apprenants d'utiliser les connaissances acquises au cours des différentes séquences. Les productions écrites seront relevées et évaluées par l'enseignant.*

Vous êtes responsable marketing d'un important voyageur en ligne. "L'internaute", premier magazine grand public de l'Internet, souhaite publier un dossier spécial sur l'e-tourisme.

A cette occasion, le magazine vous demande de bien vouloir répondre à ces quelques questions dans le cadre d'une interview. Vous répondrez directement sur cette feuille en utilisant le verso si cela est nécessaire.

1. Qu'est-ce que l'e-tourisme et quelle est l'importance de ce secteur dans l'industrie touristique ?
2. Quel est le profil du cyberconsommateur de voyages ?
3. Quels sont les principaux voyageurs en ligne ?
4. Aujourd'hui, que propose un voyageur en ligne à ses clients ?
5. D'après vous, quels sont les critères qui permettent de juger de la qualité du site d'un voyageur ?



Corrigés

Exercice 1 :

A. réponses notées au tableau : faire les courses, réserver des places de cinéma, acheter des disques, des livres, des objets aux enchères, réserver et acheter des billets d'avion ou de train, acquérir des produits financiers, utiliser des services bancaires, louer une voiture, etc. - **B.** L'e-commerce - **C.** L'e-tourisme - **D.** (évaluation en classe des productions). **E.** -2 La définition 1 ne fait pas référence à Internet et n'évoque que les clients du côté de la demande, les destinations touristiques du côté de l'offre / La définition 3 limite l'offre aux séjours et la demande aux opérateurs touristiques.

Exercice 2 :

1 - C
2 - 1 Vrai ; 2 Faux ; 3 Faux ; 4 Non mentionné ; 5 Vrai ; 6 Faux.

Exercice 3 :

1 marché ; 2 chiffre d'affaires ; 3 l'e-commerce ; 4 taux de croissance ; 5 volume des ventes ; 6 progressé ; 7 consommé ; 8 hausse

Exercice 4 :

1 voyageur ; 2 réservation ferme ; 3 court séjour ; 4 fractionnement des vacances ; 5 achat de dernière minute.

Exercice 5 :

1 un tiers ; 2 quatre millions ; 3 les trois quarts - un peu plus de la moitié ; 4 près d'un quart ; 5 la plupart.

Exercice 6 :

exemple de corrigé - Un tiers des Français partis en 2004 préparent leur voyage sur le Web et 40% d'entre eux, soit près de 4 millions de personnes, l'ont réservé entièrement en ligne. Ces internautes qui privilégient les courts séjours à thèmes ont tendance à fractionner leurs vacances et à réserver à la dernière minute. (51 mots)

Exercice 7 :

A texte 3 ; **B** texte 1 ; **C** texte 2

Exercice 8 :

1 Faux ; 2 Vrai ; 3 Faux ; 4 Faux ; 5 Vrai.

Exercice 9 :

L'évaluation-correction de cette activité a lieu en classe lors de la présentation des travaux de recherche.

Exercice 10 :

1 Coup de coeur ; 2 C ; 3 B ; 4 D ; 5 B.

Exercice 11 :

L'évaluation-correction de cette activité a lieu en classe lors de la présentation des travaux de groupes.

Exercice 12 :

L'évaluation se fait en classe par l'enseignant lorsqu'il note les idées formulées au tableau.

Exercice 13 :

1 et 2 claires / précises ; 3 accéder ; 4 naviguer ; 5 concurrentiel ; 6 fidéliser ; 7 personnaliser ; 8 gérer ; 9 conseiller ; 10 recommander ; 11 adaptés ; 12 satisfaire.

Exercice 14 :

L'offre commerciale	La configuration du site	Le service client
2 - 4 - 5	1 - 6 - 8 - 9	3 - 7 - 10

Exercice 15 :

L'évaluation est réalisée individuellement par l'enseignant qui corrige les productions écrites.

Bilan des acquisitions :

Evaluation par l'enseignant qui relèvera les productions.

Annexe 1 - Extraits d'articles en ligne

1. L'Express du 02/08/2004

Pour le monde du tourisme, c'est une révolution. Le secteur du voyage en ligne, après des débuts modestes, explose. Avec une croissance de 40 à 50% l'an et 1,7 milliard d'euros de chiffre d'affaires, les sites de vacances dominent désormais l'e-commerce. «On assiste à une mutation profonde», estime Guy Raffour, spécialiste de l'e-tourisme. «Et nous n'en sommes qu'au début», ajoute Marc Ruff, vice-président de la filiale française du site américain Expedia, inauguré le 22 juin dernier. Selon les experts, les ventes de voyages sur Internet vont être multipliées par 4 ou 5 en moins de cinq ans. En 2003, 22% de ceux qui sont partis ont préparé leurs vacances en ligne. Mais seulement 9% d'entre eux ont réservé sur le Net. «La marge de progression est colossale», s'enthousiasme Xavier Rousselou, responsable du marketing d'Opodo.fr.

Ces perspectives attisent toutes les convoitises. La bagarre fait rage entre Lastminute.fr, Karavel.com, Vivacances.fr, Opodo.fr et Voyages-sncf.com, filiale de la société nationale et partenaire d'Expedia, leader du marché. Dans ce contexte de concurrence féroce, qui a fait chuter le prix des séjours de «20% en un an», selon Luc Boucey, président du directoire de Vivacances, Lastminute vient de risquer en déposant un recours devant le Conseil de la concurrence contre Voyages-sncf.com pour abus de position dominante. «Ils se développent trois fois plus vite, en utilisant le service public», s'indigne Pierre Paperon, directeur général de Lastminute. L'arrivée en France d'Expedia n'a fait qu'exacerber le conflit, car le groupe, qui dispose de moyens financiers et technologiques exceptionnels, compte devenir n° 1.

2. tourmag.com 01/07/2005

Dans la concentration en cours de l'e-tourisme, l'annonce de ce rachat n'est pas vraiment une surprise. Opodo aujourd'hui contrôlé par Amadeus, lui aussi actionnaire au démarrage de Vivacances, consolide un peu plus son statut d'outsider face à Voyages-Sncf avec désormais 3 sites : Opodo.fr, Promovacances (Karavel) et Vivacances.

Selon le communiqué, «Vivacances se positionne comme l'un des acteurs clés du voyage en ligne en France et entretient une relation commerciale privilégiée avec le programme de fidélisation 5 Miles des Galeries Lafayette, grâce auquel 11 millions de Français peuvent gagner et utiliser des points quand ils effectuent des achats en ligne.»

Lancé en 2002, ce portail propose une gamme complète de produits de voyage : vols, hôtels, locations de véhicules, trains, week-ends et séjours. Entre le 1er trimestre 2004 et le 1er trimestre 2005, la société a enregistré un taux de croissance de... 276% !

Pour Simon Vincent, CEO d'Opodo : « Cette acquisition est une nouvelle étape dans notre stratégie de croissance. Au cours de ces six derniers mois, nous sommes passés de trois à neuf marchés dans lesquels nous opérons, et notre volume d'affaires devrait atteindre un milliard d'euros d'ici fin 2005.»

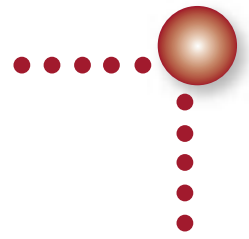
3. Journal du net 23/12/2004

L'année 2004 restera sans nul doute comme un bon cru pour les professionnels de l'e-tourisme. La légère reprise constatée sur l'activité globale des agences de voyages aux Etats-Unis (+8 % sur les neuf premiers mois selon Airlines Reporting) comme en France (+3,7 % de chiffre d'affaires sur les dix premiers mois de l'année selon le Syndicat national des agences de voyages et le Centre d'observation économique) a été particulièrement bénéfique aux acteurs du Web. Loin de s'essouffler, le rythme de croissance des agences de voyages en ligne est resté très soutenu en 2004.

Sans surprise, ce sont les acteurs les plus récents, tels qu'Expedia.fr ou Vivacances.fr, qui devraient s'offrir les plus fortes progressions annuelles. Expedia, la filiale de l'Américain InterActiveCorp qui a lancé son propre site français en juin dernier, ne communique pas sur ses revenus spécifiques au marché hexagonal. Mais le voyageur a annoncé une croissance de 78 % de son chiffre d'affaires sur le troisième trimestre 2004 à l'international, soit essentiellement en Europe. Vivacances, lancé en novembre 2002 par Amadeus et les Galeries Lafayette, indique de son côté avoir multiplié par trois son volume d'affaires sur un an.

Les acteurs plus «anciens» du secteur ne sont pas en reste et s'arrogent également de belles progressions. A commencer par la locomotive du secteur, Voyages-sncf.com. La toute première agence de voyages en ligne en France estime qu'en 2004 son volume d'affaires devrait avoir atteint 800 millions d'euros, en croissance de 71 %, contre 72 % en 2003. Même constat chez Opodo France dont le taux de croissance devrait flirter avec les 70 % sur l'année 2004.

Le groupe Karavel-Promovacances estime, quant à lui, que son chiffre d'affaires devrait avoir augmenté de 40 % en 2004 pour atteindre un total de 150 millions d'euros. Le voyageur devrait même dégager au passage ses premiers bénéfices. Enfin Lastminute France, pour qui 2003 avait été une année blanche en raison d'une croissance proche de zéro, annonce un volume d'affaires de 222 millions d'euros entre le 1er octobre 2003 et le 1er septembre 2004, en croissance de 27 %.



Annexe 2 - Tableau des 4 grands opérateurs de l'e-tourisme en France

OPÉRATEUR	DATE DE CRÉATION	SIÈGE	PRINCIPAUX ACTIONNAIRES	ÉQUIPE DIRIGEANTE	NOMBRE D'EMPLOYÉS	RÉSULTATS	AUTRES MARQUES
Opodo.fr (exemple non communiqué à la classe)	Avril 2002	Paris (75008)	Aer Lingus, Air France, Alitalia, Austrian Airlines, British Airways, Finnair, Iberia, KLM, Lufthansa et Amadeus (un GDS qui détient 55% du capital d'Opodo).	Simon Vincent, Président exécutif Pera Friedmann, directrice France Stephan Uhrenbacher, Directeur Commercial (depuis mars 2005)	Plus de 700 collaborateurs travaillent dans le groupe Opodo (en incluant les sociétés Karavel et Vivacances récemment acquises).	Volume d'affaires prévu d'ici fin 2005: un milliard d'euros.	Promovacances (Karavel) et Vivacances
Voyages-sncf.com							
Expedia.fr							
Lastminute.com							



Annexe 3 - Exemple de présentation de l'offre

FORMULES PROPOSÉES	MODES DE RECHERCHE	INFOS PRATIQUES SUR LA DESTINATION	AUTRES SERVICES AU CLIENT
<p>Vols</p> <p>Hôtels</p> <p>Séjours</p> <p>Croisières</p> <p>Locations de vacances</p> <p>Voitures</p> <p>Week-ends</p> <p>Promos</p> <p>Formules tout inclus</p> <p>Circuits</p> <p>Dernière minute</p>	<p>L'accès à ces différentes formules est possible depuis la page d'accueil.</p> <p>Pour chaque type de formule, à l'exception des promos, un moteur de recherche permet de préciser la demande du client.</p>	<p>Des guides et des cartes avec un moteur de recherche</p> <p>Formalités de départ (passeport, visas)</p> <p>Infos santé</p> <p>Convertisseur de devises</p>	<p>Dossier client</p> <p>Formulaire en ligne pour répondre aux requêtes des clients.</p> <p>Lettre d'information hebdomadaire (newsletter).</p> <p>Service "Alerte" aux bons plans.</p> <p>Numéro pour joindre un conseiller voyage.</p> <p>Différents modes de financement des vacances.</p>

HEC
PARIS
www.hec.fr

ESCP-EAP
LONDON PARIS BERLIN
MADRID TORINO
European School of Management
www.escp-eap.net

MASTER MANAGEMENT • PROGRAMME GRANDE ÉCOLE

Un programme d'excellence
dans deux Grandes Écoles de Management

Concours d'admission : www.sai.ccip.fr



CCIP - DRI/E

Admissions Internationales

28, rue de l'Abbé Grégoire
75279 PARIS CEDEX 06 • FRANCE

Tél. : 00 33 1 49 54 28 16

Fax : 00 33 1 49 54 28 70
int.promoedu@ccip.fr



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

Didactique du FOS et Filières bilingues : le français des disciplines non linguistiques : enjeux et perspectives ?

La rubrique Recherche en didactique du FOS et de l'évaluation sera consacrée, dans le numéro 28, à la langue de spécialité dans l'enseignement des disciplines non linguistiques dans le cadre des établissements à classes bilingues aussi bien dans le réseau scolaire en France et à l'étranger que dans les filières bilingues dans l'enseignement supérieur.

Le dispositif des filières bilingues, encouragé par le ministère des Affaires étrangères comme par l'AUF, se développe de façon importante dans de très nombreux établissements et entraîne le développement de pratiques pédagogiques innovantes au sein desquelles la langue de spécialité comme langue d'enseignement disciplinaire constitue un champ de réflexion et d'études en plein essor.

Autrefois, la discipline enseignée en français était souvent une matière « littéraire » comme l'histoire ou la géographie. Mais on assiste actuellement à des matières scientifiques enseignées en français et qui demandent souvent aux professeurs bilingues de la discipline de s'intéresser plus particulièrement à la langue d'enseignement et à des pratiques pédagogiques impliquant un travail en équipe avec un enseignant de français.

D'une façon plus générale, cette rubrique concerne la démarche FOS en matière d'analyse des besoins des publics des filières bilingues et de formation des enseignants.

Sur la base par exemple de l'expérience pédagogique de formateurs - chercheurs impliqués dans des programmes d'enseignement bilingue et des recherches liées à la langue d'enseignement, il s'agit ici de s'interroger sur la place, le rôle et la spécificité des discours pédagogiques spécialisés à faire acquérir aux apprenants dans ce contexte didactique.

Cette étude pose en outre un certain nombre de questions :

- Quels sont les apports d'un enseignement de la langue de spécialité à la démarche d'enseignement bilingue ?

- Quelles interactions entre les langues et les cultures présentes dans ces dispositifs d'enseignement bilingue peut-on observer ?
- Quel dispositif les établissements doivent-ils mettre en place pour permettre un véritable travail en équipe des enseignants concernés ? Selon quelles procédures ?
- Comment intégrer l'apprentissage de la langue d'enseignement aux programmes bilingues ? Selon quelles modalités d'évaluation des apprenants ?
- Quelles formations proposer aux enseignants ? Quelle évaluation et certification pour les enseignants ?

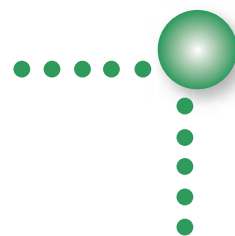
Vous êtes enseignant-chercheur ou enseignant de langues. Vous pouvez contribuer à cette réflexion en nous envoyant un article avant le 31 mars 2006

Merci de l'adresser en version électronique à **Madame Dominique FRIN** :
courriel: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 2)
Jean-Pierre CUQ (Université-Aix-en-Provence)
Marc DEMEUSE (Université de Mons-Hainaut-Belgique)
Florence MOURLHON-DALLIES (Université de Paris III)
Chantal PARPETTE (Université-Lyon 2)
Nathalie SPANGHERO-GAILLARD (Université de Toulouse 2)



● HEC et ESCP-EAP : Recrutement International 2006

Le Service des Admissions Internationales (SAI) de la DRI/E est l'opérateur, pour le recrutement d'étudiants étrangers, de deux Grandes Ecoles de Management de la CCIP : HEC et ESCP-EAP.

Cette voie d'accès permet une **admission directe en Master du prestigieux Programme Grande Ecole** de ces institutions.

Le MSC Management d'HEC et le Master's / Grande Ecole de ESCP-EAP ont été classés par le *Financial Times* 1er et 2ème des 25 meilleurs Masters Management en Europe.

Les candidats, obligatoirement titulaires d'un diplôme obtenu hors de France équivalent à la Licence française (Bachelor's degree...), peuvent s'inscrire au concours organisé par le SAI dans plus de 60 centres d'examens dans le monde.

Inscription :

En ligne sur le site du SAI (www.sai.ccip.fr) ou dossier sur demande à HEC et ESCP-EAP.

Dates limites de réception du dossier :

- 20 février 2006 pour les centres d'examens situés hors Europe
- 10 mars 2006 pour les centres d'examens situés en Europe

Procédures de sélection :

- Une épreuve écrite : GMAT ou TAGE-MAGE
- Une épreuve orale : entretien en français ou en anglais

Décisions d'admission en juin 2006.

Pour plus d'informations sur :

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

Votre contact à la DRI/E : Philippe OSTER

courriel : int.promoedu@ccip.fr

Tél : +33 1 49 54 28 16

● L'actualité du TEF

Le TEF, un outil à la qualité reconnue

Le Comité scientifique du TEF, composé d'universitaires et de chercheurs a rendu, à l'unanimité, un avis favorable sur le rapport d'activité annuel du TEF et sur les perspectives de développement et de recherche envisagées pour l'exercice à venir. Par ailleurs, la CCIP a obtenu le renouvellement de la certification ISO 9001 version 2000 pour ses activités de réalisation et de conception du TEF à l'issue de l'audit de suivi qui s'est tenu le 26 janvier 2006.

Lancement réussi de e-tef, la version électronique du TEF

Proposé dans les centres d'Evaluation Linguistique et Académique de l'Ambassade de France en Chine depuis mars 2005 et dans le reste du monde depuis septembre 2005, e-tef remporte un vif succès auprès d'un nombre de plus en plus grand d'utilisateurs. Au 31 décembre 2005, plus de 5000 candidats avaient déjà passé les épreuves obligatoires avec e-tef.

Rappel du dispositif e-tef

e-tef peut être organisé à la demande dans les centres agréés TEF qui disposent de postes informatiques et d'une ligne Internet à haut débit. Les épreuves sont téléchargées par les centres selon un dispositif garantissant leur confidentialité. e-tef permet également de maintenir, à moindre coût, l'organisation de sessions individuelles, les charges afférentes à l'organisation du test par ce média étant fortement réduites.

Des résultats immédiatement disponibles

Tout comme le TEF « traditionnel » sur papier, e-tef répond aux besoins des candidats qui veulent poursuivre leurs études en France ou qui souhaitent émigrer au Canada. Les résultats sont mis en ligne instantanément et transmis aux centres agréés qui peuvent ainsi les communiquer aux candidats. Les attestations de résultats sont expédiées aux centres agréés 2 semaines après la passation des épreuves par les candidats.

Une démonstration multimédia de e-tef est disponible sur le site www.fda.ccip.fr

● Examens de français des affaires et des professions

Calendrier 2006 (avril - décembre)

Mois de sessions	Date de clôture de la demande de session(s)	Dates préférentielles de session(s) en 2006
Avril	lundi 27 février 2006	entre le 3 et le 7 avril
Mai	lundi 3 avril 2006	entre le 8 et le 12 mai
Juin	mardi 9 mai 2006	entre le 12 et le 16 juin
Déc.	lundi 6 nov. 2006	entre le 11 et le 15 déc.

* hors Paris

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

● Certificat de français médical

La Direction des Relations Internationales de l'Enseignement vient de créer un nouvel examen : le Certificat de français médical, de niveau B2 sur le CECR. Il est en cours d'expérimentation. La première session aura lieu en juin 2006.

● Université d'Hiver 2006

C'est dans une très bonne ambiance de travail que s'est déroulée, du 30 janvier au 10 février, la deuxième édition de l'Université d'Hiver destinée aux professeurs de FLE qui souhaitent intégrer dans leur cursus d'une part, l'enseignement du français à visée professionnelle et d'autre part, le TEF et les certifications en français des affaires.

● Université d'Été 2006

La 33e Université d'Été aura lieu cette année du 3 au 21 juillet. La liste complète des stages est disponible sur le site : www.fda.ccip.fr. Pour tout complément d'information, s'adresser à : Marie-Christine GALAT, courriel : mcgalat@ccip.fr

Les agences de voyages face au développement de l'e-tourisme

Il y a 20 ans, votre billet d'avion était totalement manuel : le tarif calculé par l'agent de voyages devait être ensuite retranscrit minutieusement sur un billet carbone indiquant tous les paramètres qui, dans le passé, étaient imprimés automatiquement sur votre coupon de vol et qui sont, aujourd'hui, enregistrés directement dans la mémoire du GDS de réservation de la compagnie.

Votre billet est devenu électronique et virtuel : plus de déplacement à l'agence, plus de coursier, votre billet électronique arrive directement dans votre messagerie Internet.

Le monde du tourisme n'a cessé d'évoluer au fil des mutations informatiques transformant ainsi le quotidien des acteurs de cette activité : en effet, elle traverse, notamment depuis quelques années, des zones de turbulences technologiques.

L'environnement touristique est devenu beaucoup plus sensible et rend le client potentiel plus hésitant depuis les attentats du 11 septembre, les crashes aériens, les épidémies et autres dévastations climatiques. De plus, les journaux, la télévision et aujourd'hui l'Internet quotidien, créent une surinformation qui finit par nuire à sa capacité d'analyse. Dans ce domaine comme dans bien d'autres, il subit plus cette médiatisation qu'il ne l'utilise comme véritable source de réflexion et de choix.

Il en résulte que les comportements d'achat sont de plus en plus difficiles à prévoir, se calquant sur des pressions médiatiques permanentes.

Dans ce contexte perturbé, le client a besoin d'être assuré et rassuré. Aujourd'hui plus que jamais, la relation que nous devons établir avec lui est primordiale ; elle doit lui apporter ce sentiment de sécurité tant recherché.

C'est pourquoi l'e-tourisme, même s'il a de beaux jours devant lui, ne peut constituer qu'un complément face aux vrais et bons professionnels. L'avenir appartient à ceux qui sauront faire valoir leurs compétences,



mettre en avant la qualité du produit mais aussi et surtout les services annexes proposés par les différents réseaux d'agence de voyages. Services qui pourront être présentés au fil de l'acte de vente puisque le conseiller voyage connaît bien son interlocuteur. Le client est alors connu et reconnu. A une époque où tout le monde se plaint d'un certain anonymat et d'une réelle uniformisation, cette relation client reste primordiale pour un pourcentage non négligeable d'acheteurs.

C'est ainsi que le principal avantage cité par le voyageur concernant les « agences en ligne », est la rapidité et non la qualité. S'il reconnaît se servir des sites Internet pour faire ses recherches d'informations sur les destinations, sur les différents itinéraires, la période climatique favorable, les prix, il reconnaît également que rien ne remplace la relation de confiance établie en face à face.

Quel internaute n'a pas fait un jour l'expérience d'un achat de billet de train pour lequel il a effectivement payé le meilleur tarif, mais pour lequel il s'aperçoit qu'il ne peut réserver ni la voiture, ni l'emplacement du siège. Sur Internet, le client n'a accès ni au service, ni au choix.

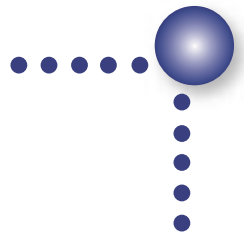
Finalement, le client de l'agence de voyages traditionnelle deviendra de plus en plus intransigeant : il exigera de la part de l'agent de voyages rapidité, technicité, parfaite connaissance des destinations. Ce dernier sera également évalué sur sa capacité à créer une relation humaine de qualité. Tous ces facteurs constituent la clé de la fidélisation et un atout de pérennisation de ce métier.

Il faut reconnaître que l'e-tourisme a provoqué un électrochoc dans le fonctionnement des agences de voyages. Les agences, pour remédier à cette concurrence, ont dû s'adapter et renforcer la relation client.

Sur les 15 sites d'e-commerce les plus visités dans l'Hexagone, on peut noter 3 sites d'agences en ligne, ce qui démontre l'importance prise par l'e-tourisme. La fréquentation de ces

Pages du tourisme

Isabelle LECONTE



Le tourisme en France est en forte progression ces dernières années : trouver le meilleur prix reste la quête majeure du consommateur internaute des années 2000.

Face à la montée des agences en ligne spécialisées sur le discount, l'argument du prix n'apparaît pas une valeur ajoutée pour les agences de voyages traditionnelles mais il faut aussi noter que moins de 10% des consommateurs de voyages passent à l'acte d'achat sur Internet, preuve qu'une grande majorité fait passer la « garantie confiance » avant le prix.

La vente en ligne impacte plus fortement la billetterie que le voyage avec prestations terrestres : en effet, depuis le 1er avril 2005, une grande

majorité des compagnies aériennes ne rémunèrent plus les agences de voyages donnant ainsi à l'internaute l'accès au tarif net réservé auparavant aux professionnels, ce qui représente une concurrence pour le moins déloyale.

Pour la vente simple de billetterie nationale ou de loisir, l'intérêt pour l'internaute est imparable car l'impact du prix reste déterminant sur ce type d'achat et on constate aujourd'hui un glissement certain vers ce mode de réservation : 25% des billets émis dans le deuxième trimestre 2005 passent par Internet.

L'agence de voyages traditionnelle pourra, là encore, tirer son épingle du jeu dans le cadre d'un itinéraire plus

complexe où la maîtrise et la connaissance des multiples alternatives sera un atout pour sécuriser le client dans son choix et apporter ainsi une valeur ajoutée.

Aux Etats-Unis l'e-tourisme pèse déjà aujourd'hui pour 30% des réservations. Ce pourcentage, qui n'est pour le moment que de 10% en Europe, pourrait, dans un avenir proche, s'aligner sur la tendance américaine. Gageons que les agences de voyage traditionnelles sauront freiner cette évolution en utilisant les bons côtés de la technologie et en valorisant cet atout primordial qu'est la capacité à créer une relation humaine de qualité. ■

Isabelle Leconte
Responsable d'agence



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



FRANÇAIS DE SPECIALITE



Objectif Express

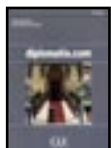
A.-L. Dubois, B. Tauzin, Hachette FLE,
Collection Objectif, 2006, 192 p.,
15,50 €

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

Objectif Express propose une démarche actionnelle, axée sur la réalisation de tâches concrètes : communiquer au téléphone, au restaurant, dans les aéroports, à la banque, rédiger des lettres formelles simples, ... Chaque unité se compose de quatre parties : 1. *Ecoutez/Lisez le document*, 2. *Vérifiez votre compréhension*, 3. *Retenez*, 4. *Communiquez*. A l'intérieur de chaque unité, une double-page présente la grammaire de façon synthétique, avec des exemples. Les *Repères culturels* abordent les thèmes de culture/civilisation de la vie quotidienne ou professionnelle au travers d'activités culturelles et de cas pratiques. A la fin de chaque unité, une rubrique *Testez-vous* permet de s'auto-évaluer. Des corrigés, des exercices grammaticaux d'entraînement et un lexique en six langues sont proposés en fin de méthode.

Pour tout renseignement :

Hachette Livre, 43 quai de Grenelle, 75905 Paris Cedex 15, Tél. : 33 1 43 92 30 00, Télécopie : 33 1 43 92 39 20, Site : www.fle.hachette-livre.fr

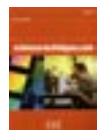


Diplomatie.com

Cl. Bassi, A.-M. Chapsal, Editions Clé International, Collection .com-activités, 2005, 80 p., 9 €

Diplomatie.com est un livret d'activités qui s'adresse à tous ceux qui souhaitent améliorer leur pratique du français dans le domaine de la diplomatie : étudiants étrangers venant en France soit, pour faire des études en relations internationales soit, se perfectionner dans les affaires internationales et en pratique diplomatique. **Diplomatie.com** est également destiné aux agents des administrations étrangères en poste en France ou dans les pays francophones. Ce livret d'exercices, accessible après 120 heures de français, comporte cinq parties : 1. *La carrière diplomatique*, 2. *la vie du diplomate : particularités*, 3. *Les domaines d'intervention et le MAE*, 4. *Les missions diplomatiques*, 5. *Diplomatie préventive et gestion des crises*.

Chaque partie comprend des documents informatifs, des exercices de vérification, de compréhension et de vocabulaire. Un corrigé, des sigles et une bibliographie complètent ce livret.



Sciences-techniques.com

Z. Lahmidi, Editions Clé International,
Collection .com-activités, 2005, 80 p., 9 €

Sciences-techniques.com s'adresse d'une part, aux étudiants étrangers qui suivent une formation liée aux disciplines scientifiques et techniques et d'autre part, aux professionnels qui désirent améliorer leur pratique du français scientifique : techniciens, cadres ou ingénieurs étrangers.

Sciences-techniques.com s'articule autour de cinq chapitres thématiques. A travers des textes d'actualité scientifique, l'apprenant est amené à comprendre le discours scientifique et à formuler de simples énoncés en s'appuyant sur les savoirs et savoir-faire de différents domaines scientifiques. A la fin de cet ouvrage figurent un mémento étymologique, un répertoire d'unités de mesure et les corrigés.

Ont paru dans la même collection : *banque-finance.com*, *santé-médecine.com*, *secrétariat-com*, *administration.com*



TEF - Test d'Evaluation de Français, 250 activités

S. Pons, G. Karcher, Clé International,
collection Le Nouvel Entraînez-vous,
2006, 128 p., 12€ CD audio 8,40 €

Cet ouvrage s'adresse à un public non francophone souhaitant se préparer au TEF, Test d'Evaluation de Français, conçu par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris.

Il comprend deux parties principales : une partie *Activités d'entraînement*, qui permet de se familiariser avec la typologie des exercices utilisés dans le TEF et une partie *Test d'entraînement* qui propose à l'utilisateur de s'auto-évaluer en calculant son score et son niveau de compétences en français.

Un livret amovible, placé à l'intérieur de l'ouvrage, contient les corrigés et la transcription des enregistrements. Les documents sonores sont enregistrés sur un CD audio. La version électronique de cet ouvrage, le CD-ROM TEF, 250 activités est également disponible.

Pour tout renseignement :

Clé International, 9 avenue Pierre de Coubertin, 75211 Paris cedex 13, Tél. 01 45 87 44 23, Télécopie : 01 45 87 44 10, Courriel : cgalloux@cle-inter.com
Site : cle-inter.com

Le français c'est notre affaire !

Université d'Été 2006

du 3 au 21 juillet 2006



19 stages proposés et encadrés par une équipe d'experts, formateurs, auteurs de manuels

Comprendre le monde des affaires
Comment préparer aux examens de la CCIP : CFP, DFA1, DFA2, DAFA
Enseigner le français du tourisme, de l'hôtellerie ...
Enseigner le français des sciences de l'ingénieur
l'Actualité européenne en classe de FLE
Créer des outils pédagogiques
Gestion d'organisme culturel à l'international
Evaluer avec le test d'évaluation de français
Stage de méthodologie FOS
Recherche individualisée et tutorée
Présentation du diplôme du français médical de la CCIP
Enseigner le français langue d'enseignement universitaire
Concevoir des ressources pédagogiques multimédia
Les écrits professionnels
La pratique de la simulation globale et de l'étude de cas ...
Enseigner le français pour guides et interprètes touristiques
Enseigner le français aux fonctionnaires étrangers
Enseigner le français juridique
Enseigner le français médical et paramédical

Jean-Luc PENFORNIS
Maïte BAGARRY
Elisabeth SZILAGYI
Anne-Marie JOHNSON
Eliane DAMETTE
Joëlle BONENFANT
François DUPRAT
Franck DESROCHES /Alexandra CRENDAL
Jean-Marc MANGIANTE
Marie-José BACHMANN
Maïte BAGARRY
Chantal PARPETTE
Cécile CANON
Michelle FAYET / Jean-Denis COMMEIGNES
Dominique FRIN
Elisabeth SZILAGYI
Pascale TENNANT / Eliane DAMETTE
Jean-Luc PENFORNIS
Florence MOURLHON-DALLIES

Modalités d'inscription, dates, tarifs - consulter le site : fda.ccip.fr
ou mel : mccalat@ccip.fr





*Un instrument de référence internationale
pour mesurer les compétences en français des
personnes non-francophones*

Reconnu par le Ministère
français de l'Éducation Nationale,
de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche



Homologué par Citoyenneté
et Immigration Canada
organisme du Gouvernement
fédéral canadien

TEF

Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris
Centre de Langue de la DRI/E
28, 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

www.fda.ccip.fr



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

La langue de la Communication médiatisée par les TIC

France, Bordeaux, 18 – 20 mai 2006

Le colloque international sur « *La langue de la Communication médiatisée par les technologies de l'information et de la communication* » (CMT) se tiendra à l'UFR de Lettres de l'Université Michel de Montaigne Bordeaux 3. Les débats s'organiseront autour de quatre thèmes principaux :

- La langue : *Quel est le degré de convergence des conventions de l'oral et de l'écrit dans la CMT ? Quelle est l'influence des types de CMT sur la langue utilisée ?*

- Le discours : *Quelles formes textuelles et quels discours sont utilisés et développés dans ces nouvelles pratiques ?*

- Les comportements : *rôle de l'interactivité, de l'association de différents médias ; influence de la langue de la CMT sur la langue quotidienne.*

- Les normes : *quelles nouvelles normes émergent des pratiques ?*

Pour tout renseignement, s'adresser à :

CMT2006@u-bordeaux3.fr

XXVIII^e Congrès de l'APLIUT Normes et Normalisation dans l'enseignement des langues

France, Nice-Sophia Antipolis, 1 - 3 juin 2006

Le XXVIII^e Congrès de l'Association des professeurs de langues des IUT se déroulera du 1^{er} au 3 juin à l'IUT de Nice-Sophia Antipolis et rassemblera des enseignants et des enseignants-chercheurs afin de mener une réflexion sur l'évolution de l'apprentissage des langues en IUT dans le cadre européen. Parmi les conférences et ateliers qui animeront ce congrès citons : « *Cadre européen : une norme ou des normes ?*, *Mondialisation et langues*, *Normalisation de la langue*, *Répercussions du Cadre Commun sur l'apprentissage, l'enseignement et l'évaluation des langues*, *Le rôle de l'enseignant dans ces cadres normalisés* ».

Pour tout renseignement, s'adresser à :

patricia.pegurier@unice.fr

Accueil des étudiants étrangers dans les universités francophones

France, Arras, 1er juin 2006

Organisée par le Comité scientifique du TEF, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris et l'Université d'Artois, cette manifestation abordera la politique d'accueil des étudiants étrangers en France, en Belgique et plus généralement dans les pays francophones.

Les thèmes qui structureront cette journée d'études porteront sur la sélection, la formation et l'évaluation des étudiants étrangers.

Pour tout renseignement, s'adresser à :

jmangiante@ccip.fr

Sédifrale 2006

Paraguay, Asuncion, 2 – 7 juillet 2006

Le XIV^e Congrès latino-américain des professeurs et chercheurs de/en français langue étrangère aura pour thème : *Le français au coeur des Amériques. Une langue en partage.*

Les différents débats qui illustreront ce thème seront les suivants : 1. *Plurilinguisme, Politiques linguistiques et éducatives. Quelle place pour le français ?*, 2. *La didactique des langues-cultures aujourd'hui : quelle formation pour les enseignants de français ?*, 3. *Innovations dans l'enseignement du français : pratiques, évaluation et certifications*, 4. *Traduction : aspects méthodologiques et professionnels*, 5. *Dynamiques et expressions culturelles en francophonie*, 6. *Les nouvelles technologies de l'information et de la communication au service de l'enseignement/apprentissage.*

Pour tout renseignement, s'adresser à :

caroline.natali@diplomatie.gouv.fr

alfran.pedagogia@webmail.com.py

Directeur de la publication : Nicolas JACQUET

Directeur de la rédaction : Guilhène MARATIER-DECLÉTY

Directeur adjoint de la rédaction : Jean-Marc MANGIANTE

Rédactrice en chef : Dominique FRIN

Comité de rédaction : Maité BAGARRY, Dominique FRIN, Jean-Marc MANGIANTE

Comité scientifique : Jean BINON (Université de Leuven-Belgique), Serge BORG (CLA-Besançon),

Francis CARTON (Université Nancy 2), Jean-Pierre CUQ (Université Aix-en-Provence),

Marc DEMEUSE (Université de Mons-Hainaut-Belgique), Florence MOURLHON-DALLIES (Université de la Sorbonne Nouvelle Paris 3),

Chantal PARPETTE (Université Lyon 2), Nathalie SPANGHERO-GAILLARD (Université Toulouse 2)

Edition, diffusion, publicité : Odile FORT, Claudine DOUCHY, Dominique FRIN

Ont collaboré à ce numéro : Marie-José Barbot, Elisabeth Letertre, Dominique Casanova, Stéphane Perez Gombau, Isabelle Leconte

Mise en page et impression : Romain KERGROACH - Imprimerie EPL/ESCP-EAP & Imprimerie PDI,

© **Photos Couverture :** ElectraVision

© **Photos :** Rhône-Poulenc - PhotoAlto - ElectraVision

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 28 65

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



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



Français sur objectifs spécifiques

Pour le français à usage professionnel, la collection "point.com" propose des méthodes et des cahiers d'activités.



Comprendre et s'exprimer dans les situations les plus courantes de la vie professionnelle (livre de l'élève, cahier d'exercices, guide du professeur, cassette ou cd audio).

Examen
Prépare au Certificat de français professionnel de la CCIP.



Communiquer dans des situations courantes rencontrées par les professionnels du tourisme (livre de l'élève, guide du professeur, cassette ou cd audio).

Examen
Constitue une première étape dans la préparation du Certificat de français du tourisme de la CCIP.



Communiquer dans des situations courantes rencontrées par les professionnels de l'hôtellerie et de la restauration (livre de l'élève, guide du professeur, cassette ou cd audio).

Examen
Constitue une première étape dans la préparation du Certificat de français du tourisme et de l'hôtellerie.



Communiquer dans un langage spécialisé au sein d'une entreprise contemporaine (livre de l'élève, guide du professeur, cassette ou cd audio).

Examen
DFA 1 et DFA 2 (Diplômes de français des affaires, niveaux 1 et 2).



La collection "point.com" peut être utilement complétée par le **Vocabulaire progressif du français des affaires**.

LES CAHIERS SPÉCIALISÉS

Chaque cahier propose en 96 pages une étude approfondie du lexique et de la terminologie française spécifique, à travers des contenus et des activités.



nouveau



nouveau



nouveau



CLE
INTERNATIONAL