

Université d'Artois
Laboratoire : *Grammatica*

Université de Belgrade
Faculté de philologie

École doctorale : Science de l'Homme et de la Société (SHS)

Thèse de Doctorat en
Science du Langage : Didactique des langues étrangères et seconde

Soutenue par

M. Danijel ŽIVKOVIĆ

Intitulée :

***Analyse du discours économique et
commercial et son application à la didactique
de la langue française dans le contexte socio-
économique de la Serbie***

Thèse dirigée par **M. Jean-Marc Mangiante / M. Veran Stanojević**

Membres du jury :

M. Jean-Marc MANGIANTE, Professeur des universités, Université d'Artois

M. Veran STANOJEVIĆ, Professeur des universités, Faculté de Philologie, Université de Belgrade

M. Jan GOES, Professeur des Universités, Université d'Artois

Mme Vesna CAKELJIĆ, Professeur des universités, Faculté des Science de l'organisation, Université de Belgrade

Belgrade, janvier 2016.

Универзитет Артоа
Лабараторија: *Grammatica*

Универзитет у Београду
Филолошки факултет

Данијел С. Живковић

***Анализа економског и пословног дискурса и
његова примена на дидактику француског
језика у друштвено-економском
контексту Србије***

Научна област: хуманистичке науке

Ужа научна област: француски језик

Београд, јануар 2016.

Подаци о менторима и члановима комисије

Ментор: **Проф. др Жан-Марк Манжиант**, ванредни професор,
Универзитет Артоа, истраживачка лабораторија *Grammatica*

Ментор: **Проф. др Веран Станојевић**, ванредни професор,
Универзитет у Београду, Филолошки факултет

Чланови комисије:

Проф. др Јан Хус, Универзитет Артоа, ванредни професор, директор
истраживачке лабораторије *Grammatica*

Проф. др Весна Цакелјић, ванредни професор, Универзитет у
Београду, Факултет организационих наука

Датум одбране: јануар 2016.

Remerciements

Avant toute chose qu'il me soit permis d'exprimer ma reconnaissance envers toutes les personnes qui de près ou de loin m'ont soutenu dans mes efforts et ont contribué ainsi à la réalisation de ce travail.

Je tiens tout d'abord à remercier particulièrement à Monsieur Jean-Marc Mangiante, mon directeur de recherche en France, qui a accepté de me rencontrer, de répondre à toutes mes questions, pour sa bienveillance, la pertinence et ses suggestions qui ont guidé mes réflexions.

Je voudrais également remercier à Monsieur Veran Stanojević, mon directeur de recherche en Serbie, d'avoir accepté la direction de cette thèse, pour sa disponibilité, ses suggestions et ses conseils.

Je réserverai une place particulière aux membres du jury qui ont bien voulu m'honorer de leur présence.

Enfin et surtout je remercie ma famille pour son soutien inconditionnel et pour son encouragement.

УДК: 81'42 : 811.133.1(497.11)(043.3)

Научна област: хуманистичке науке

Ужа научна област: француски језик

***Анализа економског и пословног дискурса и његова
примена на дидактику француског језика у друштвено-
економском контексту Србије***

Предмет ове докторске дисертације је анализа француског пословног језика на неколико различитих нивоа (структуралном, синтаксичком, семантичком, лексичком, прагматичном и аргументативном) са циљем да се испитају својства француског језика за посебне намене, као и његове особености у односу на друге варијетете књижевног језика. У раду ћемо указати на проблеме наставе француског језика за посебне намене као и на могућности унапређења обуке наставника француског језика у контексту актуелних академских прилика у Србији, али и у савременом европском контексту.

Глобална повезаност националних економија данас подразумева, између осталог, да настава страних језика буде што функционалнија, то јест у складу са потребама европског тржишта и административних система данашњих чланица Европске уније. Сваком предузећу које жели да буде ефикасније, перформативније и конкуретније на тржишту, потребан је кадар који, поред других професионалних квалитета, говори језиком пословног партнера. То у случају пословања са француским предузећима, подразумева солидно знање француског пословног језика, те сходно томе и потребу прилагођавања наставе језика за посебне намене актуелним друштвено-економским приликама.

На теоријском плану, циљеви овог истраживања су следећи:

- Указати на значај мултилингвизма у контексту међународних економских односа, а самим тим и његов утицај на привредни раст земље.

- Дати историјски преглед развоја француског пословног језика, француског језика струке и француског језика за посебне намене.
- Указати на улогу примењене лингвистике у анализи пословне комуникације и у дефинисању улоге језика у области рада.
- Указати на различите теоријске приступе анализи дискурса као и на њихово место у савременој дидактици француског језика за посебне намене.

На емпиријском плану, циљеви овог истраживања су следећи:

- Концепција инструмената за ефикасније прикупљање и анализирање података о потребама студената, институција и предузећа у контексту бољег овладавања француским пословним језиком.
- Анализа економског и пословног дискурса на основу корпуса састављеног од аутентичног материјала добијеног од француских предузећа која послују или планирају да послују на територији Србије.
- Понудити конкретна решења за унапређење наставе француског пословног језика на основу добијених резултата овог истраживања и указати на које се начине наши студенти могу оспособити да буду што оперативнији и ефикаснији у обављању административних и других пословних задатака на француском језику.

У раду се полази од хипотезе да је, с обзиром на реалне језичке потребе студената, предузећа и институција, потребно стално унапређивати и осавремењавати методе наставе француског језика. Прва помоћна хипотеза је да би темељна анализа адекватно одабраног материјала могла у великој мери допринети дефинисању специфичних особности пословног дискурса. Друга помоћна хипотеза подразумева да би поклањање веће пажње тим особеностима у настави француског језика за посебне намене студентима могло обезбедило брже, једноставније и ефикасније усвајање пословног језика.

У првом поглављу представља се критичко-теоријски оквир досадашњих истраживања у домену примењене лингвистике, анализе дискурса и дидактике

језика за посебне намене. Овде смо указали на важност мултилингвизма у савременом друштву, а пре свега у контексту међународних економских односа. Такође, указали смо и на значај примењених лингвистичких истраживања у проучавању француског пословног језика. Затим, дајемо историјски преглед проучавања француског пословног језика, да бисмо се на крају критички осврнули и на досадашња проучавања из области анализе дискурса и прагматике.

Друго поглавље посвећено је друштвеном и економском контексту савремене наставе француског језика у Србији. У овом поглављу, најпре дајемо преглед пословних и економских односа између Француске и Србије као и информације о институцијама задуженим за њихово побољшање и промоцију. Затим, указујемо на неке инструменте за прикупљање и анализу података о језичким потребама које имају кључну улогу у академском и професионалном животу студената, али и запослених, а које би наставници страних језика требало да користе у изради планова и програма наставе француског језика за посебне намене.

У трећем поглављу фокус је на анализи корпуса састављеног од аутентичног материјала са циљем да се укаже на особености пословног дискурса. Аутентичан материјал има важну улогу у настави језика за посебне намене, јер је понекад то и једини дидактички материјал који стоји на располагању наставнику. Као теоријски оквир за анализу дискурса користили смо пре свега приступ Жан-Мишел Адама, заснован на текстуалној лингвистици, који подразумева анализу дискурса на неколико нивоа: структуралном, синтаксичком семантичком, лексичком, прагматичном и аргументативном. Анализа дискурса је показала да су најевидентније карактеристике ове врсте дискурса: сложене реченице са бројним детерминантама, координацијом и субординацијом. Доминантно време је презент са великом присутношћу пасивних конструкција, каузалности, консекутивности и аргументацијом. Лексика је углавном везана за финансије, економију са бројним сложеним речима, бројевима, прилозима за начин, скраћеницама и англицизмима. Иако и Французи и Срби припадају полихроним нацијама (по Холовој категоризацији), постоје значајне интеркултуралне разлике.

Четврто поглавље указује на могућности примене добијених резултата у настави француског пословног језика с обзиром на смернице и савете *Заједничког европског оквира за живе језике*, а у складу са потребама друштва и институција у економском и пословном контексту. Зависно од добијених резултата, предложене су смернице за концепцију задатака у складу са акционим приступом. Такође, у овом поглављу представићемо неке од могућности евалуације француског језика за посебне намене, као и институције задужене за издавање диплома из ових области. На крају, даћемо конкретне предлоге за унапређење методике француског језика за посебне намене у Србији и указаћемо на огрнице овог истраживања као и на смернице за даља проучавања ове области.

Како се ради о интердисциплинарном истраживању, у овом раду смо примењивали различите методе истраживања: Квалитативном анализом корпуса, на основу Адамовог модела текстуалне анализе, утврдили смо која се језичка средства најчешће користе у пословном дискурсу. Квантитативном анализом смо утврдили фреквентност неких термина, конектора и фраза у пословном дискурсу користећи информатички програмом за анализу дискурса *Troncs*. Категоризације Е.Т. Хола и Г. Хофштеда користили смо за интеркултурну анализу. За детерминисање друштвено-економског контекста дидактике француског језика у Србији користили смо смернице приручника *Pratiques du français scientifique* (Еурин и Енао, 1992). Дефинисање комуникативних способности ученика и концепција задатака се базирају на акционом приступу предложеном у *Заједничкиом европском оквиру за живе језике*.

Кључне речи: анализа дискурса, дидактика, француски језик за посебне намене (ФОС), француски језик струке (ФС), примењена лингвистика, пословна комуникација, контекст образовања

UDK: 81'42 : 811.133.1(497.11)(043.3)

Scientific field: humanities

Special topics: French language

Analysis of the economic and business discourse and its use to the didactics of French language in socioeconomic context of Serbia

The subject of this doctoral thesis is the analysis of French business language on several different levels (structural, syntactic, semantic, lexical, pragmatic and argumentative) with the aim of testing the means of French language for special purposes, as well as its characteristics compared to other varieties of literary language. In this paper we will indicate the problems of teaching the French language for special purposes as well as the possibilities of the promotion of training teachers of French language in the context of current academic conditions in Serbia, but also the conditions in contemporary European context.

Today, global connection of national economies means, among other things, that teaching foreign languages should be more functional, in accordance with the needs of the European market and administrative systems of today's members of the European Union. Every enterprise which has a goal to become more efficient and more competitive on the market, needs a number of employees who, in addition to other professional qualities, speak the language of a business partner. That, in the case of working with French companies, implies solid knowledge of French business language, and also a need of adjustment of teaching the language for specific purposes to the current socio-economic occasions.

On the theoretical plan, the goals of this research are:

- To point out the importance of multilingualism in a context of international economic relations, thus its influence on the economic growth of a country.

- To give historical overview of the development of French business language, specific
- French language and French language for specific purposes.
- To point out the role of applied linguistics in the analysis of business communication, and in defining the role of language in the area of work.

On the empirical level, the goals of this research are:

- Conception of instruments for more efficient gathering and analyzing information about the needs of students, institutions, and enterprises in a context of a better mastery of the French business language.
- Analysis of economic and business discourse based on the structure composed of authentic material given by French enterprises operating or planning to operate in Serbia.
- The demand of clear solutions for promotion of teaching French business language based on the results of this research, and to point out ways which will help our students to be more operational and efficient in doing administrative, and other business tasks in the French language.

In this paper, we start from the hypothesis that, considering the real language needs of students, enterprises and institutions, it is necessary to continuously improve and modernize methods of teaching the French language. The first auxiliary hypothesis is that the fundamental analysis of adequately chosen material could largely contribute to defining specific characteristics of business discourse. The second auxiliary hypothesis means that giving greater attention to those characteristics in teaching of French language for specific purposes to students, could provide faster, easier and more efficient business language acquisition.

The first chapter presents the critical theoretical framework of a previous research in the area of applied linguistics, analysis of discourse and didactics of language for specific purposes. Here we have pointed out the importance of multilingualism in modern society, and above all, in the context of international economic relations. Also, we have pointed out the importance of applied linguistic

research in a study of the French business language. In addition, we give an historical overview of the study of French business language and critically look back to the previous studies from the area of discourse and pragmatic analysis.

Chapter two is dedicated to the social and economic context of modern teaching of the French language in Serbia. In this chapter, we, first of all, give the overview of business and economic relations between France and Serbia, as well as the information about institutions responsible for their improvement and promotion. Then, we point at some instruments for gathering and the analysis of information about language needs which play a key role in the academic and professional life of students and employees, which teachers of foreign languages should use in mapping and programing their teaching of French language for specific purposes.

In the third chapter, we focused on the analysis of the corpus gathered from authentic material with the aim to highlight the characteristics of business discourse. Authentic material has an integral part in teaching language for specific purpose, because sometimes that is the only didactic material which is available to the teacher. As a theoretical framework for discourse analysis, we primarily used Jean-Michel Adam's approach, based on textual linguistics, which represents the analysis of discourse on several levels: structural, syntactic, semantic, lexical, pragmatic and argumentative. The analysis of discourse has showed that the most evident characteristics of this kind of discourse are: complex sentences with various determiners, coordination, and subordination. The dominant tense is present with a great presence of passive constructions, causative, consecutive, and argumentation. Lexicon is mostly related to finances, economy with different complex words, numbers, adverbs of manner, abbreviations and Anglicisms. Although both the French and Serbs belong to polichrone nations (according to Hall's categorization), there are important intercultural differences.

The fourth chapter points out the possibility of application of given results in teaching of French business language adhering to the guidance and advice given by Common European Framework of Reference for Languages, and in accordance with the

needs of society and institutions in economic and business context. Depending on the obtained results of the analysis, we have suggested some guidelines for the task concept in accordance with the action approach. Also in this chapter we will present some of the possibilities for evaluation of French language for specific purposes, as well as some institutions in charge of certification for all areas. In the end, we will give some concrete suggestions for improving the methodology of French language for specific purposes in Serbia, and we will point out some research limitations, as well as guidelines for further research in this area.

As it is about interdisciplinary research, in this paper we have applied different methods of research: Using qualitative analysis of structure, based on Adam's model of textual analysis, we came to the conclusion which language means are most commonly used in business discourse. Using qualitative analyses we determined the frequency of some terms, conjunctions and phrases in business discourse using IT program for discourse analyses *Tropes*. We used categorizations given by E.T. Hall and G.Hofstede for intercultural analyses.

For determining socio-economic context of didactics of French language in Serbia, we used guidelines from the handbook *Pratiques du français scientifique* (Eurin and Henao, 1992). Defining communicative abilities of students and the concepts of tasks are based on an actional approach proposed by Common European Framework of Reference for Languages.

Key words: discourse analysis, didactics, French language for specific purposes (FOS), Specific French language (FS), applied linguistics, business communication, context of education, relations between Serbia and France

УДК: 81'42 : 811.133.1(497.11)(043.3)

Научная область: Гуманитарные науки

Узкая научная область: Французский язык

Анализ экономической и деловой речи и ее применение к дидактике французского языка в социально- экономическом контексте Сербии

Предметом настоящей докторской диссертации является анализ французского бизнес-языка на нескольких уровнях (структурный, синтаксический, семантический, лексикологический, прагматический, аргументативный) в целях изучения характеристик французского языка для специфических целей, а также его характеристики по сравнению с другими разновидностями языка. В этой статье мы указываем проблемы преподавания французского языка для специфических целей, а также на возможности улучшения подготовки учителей французского языка в контексте текущей учебной ситуации в Сербии, а также и в современном европейском контексте.

Подключение к глобальной сети национальных экономик сегодня означает, среди прочего, что преподавание иностранных языков должно быть функциональнее, то есть соответствовать потребностям европейского рынка и административной системе государств-членов Европейского Союза. Каждой компании, которая хочет быть более эффективной, инновативной и более конкурентоспособной на рынке, необходим персонал, который, в дополнение к другим профессиональным качествам, говорит на языке бизнес-партнеров. Бизнес с французскими компаниями, предполагает твердое знание делового французского языка и следовательно, необходимость адаптации обучения языка для конкретных целей текущих социально-экономических условий.

На теоретическом уровне, цели этого исследования являются:

- Подчеркнуть важность многоязычия в контексте международных экономических отношений, и, следовательно, его влияние на экономический рост страны.
- Сделать исторический обзор развития французского бизнес языка, французского профессионального языка и французского языка для специфических целей.
- Указать на роль прикладной лингвистики в анализе делового общения и в определении роли языка в сфере труда.
- Указать на различные теоретические подходы к анализу дискурса, а также их место в современной дидактике французского для специфических целей.

На эмпирическом уровне, целью этого исследования являются:

- Концепция эффективных инструментов для сбора и анализа данных о потребностях студентов, учреждений и предприятий с целью улучшения владения французским бизнес-языком.
- Анализ экономической и деловой речи на основе корпуса, состоящего из аутентичных материалов, полученных из французских компаний, работающих или планирующих работать на территории Сербии.
- Предложение конкретных решений для улучшения преподавания французского бизнес-языка на основе результатов этого исследования и указать, каким образом наши студенты могут обучаться, чтобы быть более оперативными и эффективными в выполнении административных и других бизнес-задач, связанных с французским языком.

Диссертация начинается с гипотезы, что, учитывая реальные языковые потребности студентов, предприятий и учреждений, нужно постоянно совершенствовать и модернизировать методы преподавания французского языка. Первая вспомогательная гипотеза, основывается на том, что фундаментальный анализ должным образом выбранных материалов может в значительной степени способствовать определению конкретных характеристик делового дискурса.

Другая вспомогательная гипотеза предполагает, что надо обращать больше внимания этим особенностям преподавания французского языка для специфических целей, чтобы студенты могли быстрее, проще и эффективнее выучить бизнес-язык.

Первая глава представляет критическо-теоретическую основу современных исследований в области прикладной лингвистики, анализа дискурса и дидактики языка для специфических целей. Здесь мы указываем на важность многоязычия в современном обществе, и в первую очередь в контексте международных экономических отношений. Кроме того, мы указали на важность прикладных лингвистических исследований в изучении французского бизнес-языка. Затем мы делаем исторический обзор изучения французского бизнес-языка, что бы в конце критически взглянуть на предыдущие исследования в области анализа дискурса и прагматики.

Вторая глава посвящена социально-экономическому контексту современного преподавания французского языка в Сербии. В этой главе, мы во-первых проводим обзор деловых и экономических отношений между Францией и Сербией, а также обзор информации об учреждениях, ответственных за их улучшение и развитие. Затем мы укажем на некоторые инструменты для сбора и анализа данных о языковых потребностях, которые играют ключевую роль в академических и профессиональных жизнях студентов и работников, которые преподаватели иностранных языков должны использовать в процессе подготовки планов и программ преподавания французского языка для специфических целей.

В третьей главе, акцент делается на анализе корпуса, состоящего из аутентичного материала с целью подчеркнуть особенности делового дискурса. Аутентичные материалы играют важную роль в обучении языков для специфических целей, потому что иногда только этот дидактический материал доступен преподавателям. В качестве теоретической основы для анализа дискурса мы использовали, прежде всего, подход Жан-Мишеля Адама, основанный на текстовой лингвистике, что предполагает анализ дискурса на нескольких уровнях:

структурном, семантическо-синтаксическом, лексическом, прагматичным и аргументативным. Анализ дискурса показал наиболее характеристичные черты этого типа дискурса: сложное предложение с рядом детерминантов, координаций и подчинений. Доминирует время настоящее с большим присутствием пассивных конструкций, причинности, последовательностей и аргументаций. Лексика в основном связана с финансами, экономикой, с рядом сложных слов, цифр, наречий, сокращений и англицизмов. Хотя французы и сербы относятся полихронным народам (по категоризации Хола), есть существенные интеркультуральные различия.

Четвертая глава указывает на возможность применения полученных результатов в преподавании французского бизнес-языка, придерживаясь рекомендаций и консультаций *Общеввропейских компетенций владения иностранным языком*, в соответствии с нуждами предприятий и учреждений в экономическом и бизнес-контексте. В зависимости от полученных результатов анализа, предлагаются принципы для концепции задач в соответствии с действенным подходом. Кроме того, в этой главе мы представим некоторые возможности для оценки французского языка для специфических целей, а также учреждения, ответственные за выдачу дипломов в этих областях. Наконец, мы дадим конкретные предложения по совершенствованию методологии французского языка для специфических целей в Сербии, мы укажем пределы исследований, а также направления для будущих исследований в этой области.

Так как речь идет о междисциплинарных исследованиях, в данной работе мы применяли различные методы исследования: Качественным анализом корпуса, на основе модели текстового анализа Адама, мы определили какие языковые средства широко используются в деловом дискурсе. Квантитативным анализом мы определяем частоту некоторых терминов, коннекторов и фраз в деловом дискурсе с помощью компьютерных программ для анализа дискурса *Troncs*. Мы использовали классификацию Е.Т. Хола и Г. Хофштеда для межкультурного анализа. Для определения социально-экономического контекста дидактики французского языка в Сербии мы использовали принципы *Pratiques du français*

scientifique (Еурин и Енао, 1992). Определение коммуникативных способностей студентов и концепции задач основываются на предложенные действия *Общеввропейских компетенций владения иностранным языком*.

Ключевые слова: анализ дискурса, дидактика, французский для специфических целей (ФОС), деловой французский (FS), деловое общение, контекст образования, франко-сербские отношения

Analyse du discours économique et commercial et son application à la didactique de la langue française dans le contexte socio-économique de la Serbie

Dans cette thèse, nous présentons un modèle d'analyse du discours économique et commercial à différents niveaux : énonciatif, lexical, syntaxique, sémantique, pragmatique et sociolinguistique. L'analyse détaillée du corpus spécialisé dans le domaine d'économie peut grandement contribuer à la définition des caractéristiques spécifiques du discours économique et commercial. En fonction des résultats nous proposons des moyens pour leur implication des résultats d'analyse à la didactique de la langue française en proposant les tâches à effectuer dans une perspective actionnelle.

Notre hypothèse part du principe qu'en améliorant et en modernisant les méthodes d'apprentissage/enseignement de la langue française, nous répondrons aux demandes et aux besoins langagiers contemporains des apprenants, des entreprises et des institutions en Serbie. L'apprentissage des langues étrangères représente une des grandes priorités pour l'Union européenne dans le cadre de la stratégie Europe 2020. Chaque entreprise, qui veut être plus efficace, plus performante et plus compétitive sur le marché mondial, a besoin d'un personnel parlant la langue du client ou d'un partenaire d'affaires. Par conséquent, cela nécessite l'adaptation de l'enseignement de la langue française ou plus précisément le français sur objectif spécifique (FOS) ou le français de spécialité (FS) aux conditions socio-économiques actuelles en Serbie. À cet effet, nous consacrons une attention particulière au rôle de la langue dans le travail, à la description des enjeux de la communication professionnelle et aux relations économiques entre la Serbie et la France ainsi qu'avec le monde francophone.

Les mots clés : analyse du discours, français sur objectif spécifique (FOS), français de spécialité (FS), communication professionnelle, contexte d'enseignement, relations franco-serbe

Table des matières

Introduction générale.....	25
Problématique de la thèse.....	26
Présentation des objectifs de la thèse.....	28
Plan de la recherche.....	29
Hypothèses de travail.....	31
Méthodologie de la recherche.....	32
1. ANCRAGE THEORIQUE.....	34
1.1. Introduction.....	35
1.2. Importance du plurilinguisme dans l'économie.....	37
1.2.1. Langue française dans les affaires.....	43
1.3. Histoire de l'enseignement du français langue professionnelle.....	44
1.3.1. Français sur objectif spécifique vs Français de spécialité.....	48
1.4. Caractéristiques de la communication professionnelle.....	53
1.4.1. Communication externe.....	60
1.4.2. Communication interne.....	61
1.5. Linguistique appliquée dans le domaine du travail.....	63
1.6. Français spécialisé dans le domaine d'économie.....	67
1.7. Notions du discours et de l'analyse de discours.....	72
1.7.1. Texte, énoncé et discours.....	72
1.7.2. Définition de l'analyse du discours.....	76
1.8. Racines philosophiques et linguistiques de l'analyse de discours.....	78
1.8.1. École française de l'analyse du discours.....	80
1.9. Diverses approches de l'analyse du discours.....	82
1.9.1. Approche énonciative.....	85
1.9.2. Approche communicationnelle.....	88
1.9.3. Approche conversationnelle.....	89
1.9.4. Approche interactionnelle.....	92
1.9.5. Dialogisme et polyphonie.....	95
1.9.6. Approche sociolinguistique.....	99
1.9.7. Approche sémiotique.....	101
1.9.8. Analyse du discours critique.....	104
1.10. Pragmatique.....	105
1.10.1. Concept des actes de langage.....	107
1.10.2. Application de la pragmatique linguistique en analyse du discours.....	111
1.10.3. Notions de contexte.....	114
1.11. Analyse textuelle et approche de J.-M. Adam.....	116
1.12. Genres de discours.....	120
1.13. Analyse du discours en Serbie.....	122
1.14. Didactique des langues sur objectif spécifique en Serbie.....	123

1.15. Conclusion.....	125
2. DEUXIEME PARTIE	129
2.1. Introduction	130
2.2. Environnement éducatif.....	132
2.3. Système éducatif de la Serbie (MS1)	135
2.4. Coopération et relations internationales de la Serbie (MS2).....	139
2.4.1. Politique du système éducatif français pour l'enseignement de la langue française à l'étranger (S2.1)	140
2.4.2. Présence française en Serbie (S2.2).....	143
2.4.3. Présence de la Serbie à l'étranger (S2.3).....	144
2.4.4. Présence de la Serbie en France (S2.4).....	147
2.5. Échange de la Serbie avec le monde francophone	148
2.5.1. Relations économiques Serbo - algériennes	150
2.6. Vie privée des agents de la situation éducative (MS3).....	152
2.7. Coopération et les relations franco-serbes.....	154
2.7.1. Échange économique franco-serbe	155
2.7.2. Implantation des entreprises françaises en Serbie	157
2.8. Définition de la demande de formation	164
2.9. Analyse des besoins langagiers	166
2.9.1. Besoins langagiers des entreprises	176
2.10. Conclusion.....	180
3. TROISIEME PARTIE.....	183
3.1. Introduction	184
3.2. Importance des documents authentiques pour la constitution du corpus	186
3.3. Ressource des documents authentiques	191
3.4. Problématique de la constitution du corpus.....	195
3.5. Constitution du corpus.....	197
3.5.1. Pourquoi ce corpus ?	202
3.6. Utilisation du logiciel pour l'analyse du discours	203
3.7. Établissement du contexte et de la situation d'énonciation	207
3.8. Déictiques et marqueurs	213
3.8.1. Indices personnels	213
3.8.2. Indices spatio-temporels	216
3.9. Analyse lexicale.....	219
3.9.1. Lexique appréciatif	220
3.9.2. Adverbes de fréquence et de manière	223
3.9.3. Affixation et nominalisation	224
3.9.4. Utilisation des sigles et des abréviations	227
3.9.5. Utilisation des anglicismes	228
3.9.6. Terminologie économique et commerciale	230
3.9.7. Lexicométrie du corpus	232
3.9.8. Présentation des chiffres	234
3.9.9. Modalisateurs	237
3.10. Analyse sémantique	238
3.10.1. Relations inter-lexicales	242

3.10.2. Polysémie et monosémie	246
3.10.3. Champs sémantiques	249
3.11. Analyse de la syntaxe et des verbes	251
3.12. Analyse argumentative.....	258
3.12.1. Relations logiques	267
3.13. Analyse sociolinguistique	273
3.13.1. Analyse interculturelle.....	278
3.14. Analyse pragmatique.....	283
3.14.1. Organisation et la structuration du discours	284
3.14.2. Réalisation de fonctions communicatives	290
3.15. Conclusion.....	293
4. QUATRIEME PARTIE:	296
4.1. Introduction	297
4.2. Objectifs et stratégies pédagogiques	299
4.3. Implication du CECR dans la démarche du FOS	301
4.4. Perspective actionnelle et l'enseignement par tâches.....	303
4.5. Compétences communicatives	309
4.6. Compétence linguistique	313
4.6.1. Compétence grammaticale	314
4.6.2. Compétences sémantiques.....	317
4.6.3. Compétence lexicale.....	322
4.7. Acquisition du vocabulaire.....	324
4.7.1. Connaissance de la terminologie économique et commerciale.....	328
4.7.2. Usage des dictionnaires spécialisés	329
4.8. Compétence sociolinguistique.....	335
4.8.1. Compétence interculturelle.....	336
4.9. Compétence pragmatique	341
4.10. Évaluation des résultats et certification.....	348
4.11. Conclusion.....	352
5. CONCLUSION GÉNÉRALÉ	355
5.1. Limites de la recherche.....	359
5.2. Pistes pour des recherches ultérieures	361
Indexe des noms	364
Bibliographie	366
Annexe	392
Annexe 1 (A1) : Les transcriptions du corpus oral.....	393
La prospection téléphonique (A1 pro).....	393
La prise de rendez-vous (A1 rv).....	394
La vente par téléphone (A1 vn).....	395
L'entretien d'embauche (A1 en)	395
Annexe 2 (A2) : Les rapports	396

Le rapport - <i>Crédits Agricole</i> (A2 ca)	396
Le rapport - <i>Axa</i> (A2 axa).....	397
Le rapport – <i>Le Bélier</i> (A2 bel)	400
Le rapport – <i>Saint Gobain</i> (A2 sgl).....	403
Le rapport – <i>Lafarge</i> (A2 lafr).....	405
Le rapport – <i>Michelin</i> (A2 mich).....	406
Le rapport – <i>Schneider Electric</i> (A2 sch).....	408
Le rapport – <i>Danone</i> (A2 dan)	408
Le rapport – <i>Société Générale</i> (A2 sg).....	409
Annexe (A3) : Les Stratégies.....	412
Les Stratégies – <i>Michelin</i> (A3 mich).....	412
Les Stratégies – <i>Axa</i> (A3 axa)	413
Les stratégies – <i>Schneider Electric</i> (A3 sch).....	416
Les stratégies – <i>Danone</i> (A3 dan)	416
L’Innovation – <i>Alcatel-Lucent</i> (A3 alc vis).....	417
Les stratégies – <i>Sanofi</i> (A3 san)	418
Les stratégies – <i>Crédit Agricole</i> (A3 ca)	419
Les stratégies – <i>Areva</i> (A3 ar).....	419
Annexe 4 (A4) : La réglementation (A4 reg)	420
Les normes dans les PME (A4 nor).....	424
Les principales mesures fiscales pour les PME en 2014 (A4 fisc).....	428
Les formalités douanières pour les navires (A4 form)	429
L’autorité de marché financière (AMF) (A4 amf)	430
L’autorisation (A4 aut bel)	430
Les normes ISO (A4 iso).....	431
Les incoterms (A5 inc)	432
Annexe 5 (A5) : Les procédures.....	433
Les procédures de contrôle interne et de gestion des risques (A5 axa).....	433
Les procédures de contrôle interne – <i>Le Bélier</i> (A5 pro be)	435
L’avertissement – <i>Lafarge</i> (A5 av lafr).....	436
Les autorisations (A5 aut)	436
Les déclarations (A5 dec).....	437
La convention RPI (A5 con).....	438
L’attestation – <i>Saint-Gobain</i> (A5 at).....	439
Annexe 6 (A6) : La correspondance.....	440
Avec fournisseur 1 (A6 f1).....	440
Avec fournisseur 2 (A6 f2).....	440
Avec collègues (A6 c)	441
Annexe 7 (A7) : Les offres	445
L’offre de stage (A7 ofrs).....	445
L’offre de travail (A7 ofrt)	446
L’offre du produit – <i>l’Oréal</i> (A7 ofrp)	446
L’idée de recherche d’emploi (A7 ofr).....	447
L’appel d’offres LAN (A7 ap1)	447

L'appel d'offres ANP (A7 ap2).....	449
La présentation – <i>Lohr</i> (A7 prop lohr)	451
Annexe 8 (A8) : Les formulaires	452
Annexe 9 (A9) : Les lettres.....	454
La lettre de demande (A9 de)	454
La lettre de vente (A9 ve).....	454
La lettre de motivation (A9 mo).....	455
Les lettres professionnelles (A9 pro).....	455
Annexe 10 (A10) : Les autres documents de communication.....	457
Le communiqué de presse – <i>Société Générale</i> (A10 com sg).....	457
La notes méthodologiques (A10 not sg).....	460
L'avis de réunion – <i>Le Bélier</i> (A10 av bel).....	461
L'avis de réunion – <i>Saint Gobain</i> (A10 av sgl).....	463
L'avis aux titulaires de carnet TIR (A10 tir).....	464
La formation – <i>Schneider Electric</i> (A10 sch).....	464
Le compte rendu (A10 cr gar)	465
Le plan d'action – <i>Saint Gobain</i> (A10 sgl)	466
Annexe 11 : L'enquête : l'apprentissage de la langue française en Serbie	467
Биографија аутора	469
Изјава о ауторству	470
Изјава о истоветности штампане и електронске верзије	471
Изјава о коришћењу	472

Abréviations

AD – Analyse du discours

B2B – business to business

B2C – business to client

CECR – Cadre européen commun de référence pour les langues

CCIP – Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris

DA – Documents authentique

FG – Français général

FLE – Français langue étrangère

FOS – Français sur objectif spécifique

FOU – Français sur objectif universitaire

FS – Français de spécialité

LOS – Langues sur objectif spécifique

MS – Macro-système

PME – Petits et moyennes entreprises

SGL – Stratégies de gestion des langues

TIC – Technologies de l'Information et de la Communication

UE – Union européenne

Introduction générale

Indépendamment de la crise économique mondiale et la hausse du chômage dans de nombreux pays européens, la mondialisation des économies nationales signifie que l'enseignement des langues étrangères au niveau universitaire devrait être le plus fonctionnel possible, adapté aux besoins du marché européen actuel et aux systèmes administratifs des états membres de l'Union Européenne. Nous estimons qu'une entreprise qui a un cadre parlant la langue française, pourrait plus facilement établir des contacts professionnels avec les partenaires francophones et pourrait plus facilement accéder au marché français, ainsi qu'au marché des pays francophones. De plus, les étudiants en économie ou en commerce, bien formés linguistiquement, pourront plus facilement trouver un emploi.

Pourquoi avons-nous décidé de faire une thèse dans ce domaine ? Immédiatement après la fin de nos études de langue et de littérature française, l'occasion s'est présentée de travailler en Algérie. Cependant, les besoins linguistiques requis pour le travail étaient complètement différents de ce que nous faisions pendant nos études. Notre travail consistait en supervision des employés, en négociations, en persuasion, en une correspondance professionnelle, en rédaction de contrats, de plaintes, de demandes, etc. Pourtant, nous n'avons rien appris de tout cela au cours de nos études à l'université, ce qui nous posait certains problèmes dans la vie professionnelle. Ainsi, nous nous sommes rendu compte de la nécessité d'améliorer la didactique de la langue française en Serbie particulièrement dans le domaine de l'économie et du commerce.

Problématique de la thèse

La problématique principale de cette thèse est le décalage entre le niveau de la formation linguistique et les besoins en matière de projet de coopération économique internationale. Chaque entreprise, qui veut être plus efficace, plus performante et plus compétitive sur le marché mondial, a besoin d'un personnel parlant la langue du client ou d'un partenaire d'affaires. De ce fait, les employés travaillant dans les entreprises françaises installées en Serbie ou dans les entreprises serbes qui ont des contacts

professionnels avec la France ou avec le monde francophone en général, ont besoin d'une solide connaissance de la langue française.

L'une des conditions de base pour apparaître sur le marché étranger est l'établissement de contacts professionnels, l'assistance aux foires commerciales et l'observation des habitudes et des coutumes de clients provenant d'autres cultures, ce qui n'est pas possible sans une connaissance fonctionnelle de la langue et de la culture cible. Selon les paroles de Vesna Pakaj, la directrice du bureau de la Chambre du commerce serbe à Paris, l'un des principaux problèmes que les entreprises de Serbie rencontrent lorsqu'elles essaient de se positionner sur le marché français, est l'ignorance de la langue française. Notre objectif n'est pas de remplacer la langue anglaise par la langue française, mais de lui faire trouver sa place à côté de l'anglais pour rendre la coopération commerciale et économique plus efficace.

Par conséquent, cela nécessite l'adaptation de l'enseignement de la langue française ou plus précisément le français sur objectif spécifique (FOS) ou le français de spécialité (FS) aux conditions socio-économiques actuelles en Serbie. Justement, l'un des objectifs de la recherche de cette thèse, est l'adaptation de la didactique de la langue française aux besoins langagiers de la société, des entreprises et des apprenants. Afin de déterminer les caractéristiques du discours économique et commercial par rapport à d'autres variétés de la langue générale, il est nécessaire d'analyser ce genre du discours sur plusieurs niveaux.

Or, l'objet de la recherche de cette thèse est l'analyse du discours économique et commercial à différents niveaux (énonciatif, lexical, syntaxique, sémantique, pragmatique et sociolinguistique), pour que les résultats puissent être appliqués ensuite à la didactique de la langue française dans le contexte actuel académique et économique en Serbie.

Présentation des objectifs de la thèse

Comme il s'agit d'une recherche interdisciplinaire, nous avons fixé plusieurs objectifs à la fois sur le plan théorique et sur le plan empirique. Au niveau théorique, le premier objectif est de mettre en évidence l'importance du plurilinguisme dans le contexte des relations économiques internationales, et ainsi son impact sur la croissance économique du pays. Souvent, les sciences économiques n'expriment pas assez d'attention à l'importance des langues étrangères en tant qu'un facteur de la croissance économique et donc de nombreuses facultés de l'économie et de gestion négligent l'apprentissage des langues étrangères. Cependant, la didactique des langues étrangères a évolué au fil du temps en essayant de s'adapter aux différents besoins de la société. Ainsi, le deuxième objectif est de mettre au jour un aperçu historique de l'évolution de la didactique du français sur l'objectif spécifique et du français de spécialité, ainsi que de préciser la distinction entre ces deux appellations.

Dans un second temps, notre objectif est de sensibiliser au rôle de la linguistique appliquée dans l'analyse de la communication professionnelle et de définir le rôle de la langue dans le domaine du travail. Pour être en mesure de répondre à toutes les exigences de l'entreprise moderne, les apprenants du FOS et du FS devraient maîtriser tous les enjeux de la communication professionnelle. C'est pourquoi l'un des objectifs est la définition et la description des différents types de communication professionnelle. En outre, l'un des principaux objectifs au niveau théorique est de démontrer les différentes approches théoriques de l'analyse du discours et de la pragmatique, ainsi que leurs places dans la didactique des langues de spécialité et les langues sur objectif spécifique.

Au niveau empirique, l'un des premiers objectifs est la conception d'outils pour une collection plus efficace et l'analyse des données sur les besoins linguistiques des apprenants, des institutions et des entreprises en Serbie dans le cadre d'une meilleure maîtrise de la langue française dans le domaine d'économie. Par ailleurs, l'objectif principal au niveau empirique est l'analyse du discours économique et commercial. Le corpus de cette thèse est principalement composé du matériel authentique issu des

entreprises francophones opérant ou envisageant d’opérer en Serbie. Ensuite, nous proposons des solutions concrètes pour améliorer l’enseignement du FOS et du FS sur la base des résultats de cette recherche. L’objectif est d’indiquer les façons dont les apprenants en Serbie peuvent être formés pour être plus opérationnels et plus efficaces dans la réalisation des tâches professionnelles en français.

Plan de la recherche

Cette thèse s’organise autour de six parties : l’introduction générale, l’ancrage théorique, le contexte socio-économique de l’enseignement du français en Serbie, l’analyse du discours économique et commerciale, l’implication des résultats obtenus dans la didactique du français de spécialité et dans le français sur objectif spécifique et enfin la conclusion générale. Dans la partie introductive, nous décrirons l’objet, la problématique, les objectifs, les hypothèses et la méthodologie de la recherche.

La première partie sera consacrée d’abord à la définition de l’ancrage théorique de la recherche précédente dans le domaine de la didactique des langues sur objectif spécifique et des langues de spécialité, ainsi que les recherches de l’analyse du discours. L’ancrage scientifique a pour l’objectif de situer la thèse dans un domaine scientifique d’analyse de discours dans un contexte particulier. Dans le premier temps nous soulignerons l’importance du plurilinguisme dans les entreprises modernes, en particulier dans le contexte des relations économiques internationales. Ensuite, nous donnerons un aperçu historique du développement de la didactique de l’apprentissage/enseignement du français sur objectif spécifique et du français de spécialité. Dans un second temps nous décrirons les caractéristiques de la communication professionnelles et les recherches de la linguistique appliquée dans le domaine d’économie et du rôle de la langue au travail. En outre, nous présenterons un bref parcours historique du développement de l’analyse du discours depuis le structuralisme et l’école française de l’analyse du discours jusqu’à une approche méthodologique interdisciplinaire des sciences humaine et sociale. Après chaque théorie

d'analyse du discours présentée dans l'ancrage théorique nous mentionnerons comment elle peut servir pour l'analyse du discours économique et commercial. Enfin, nous décrirons les recherches menées dans le domaine de l'analyse du discours et de l'apprentissage/enseignement des langues de spécialité et les langues sur objectif spécifique en Serbie.

La deuxième partie est consacrée au contexte socio-économique de l'enseignement de la langue française en Serbie. Tout d'abord, nous décrirons le système d'enseignement supérieur serbe, l'apprentissage/enseignement de la langue française, la présence française par ses différentes institutions en Serbie et la présence serbe en France. Une attention particulière sera consacrée aux relations économiques entre la Serbie et la France ainsi qu'avec le monde francophone, et en particulier avec l'Algérie. Ensuite, nous examinerons la demande de formation des apprenants serbes en FOS et en FS. Il existe deux types de demandes, comme la réponse à une demande précise et la proposition de programme sans demande précise. Nous mettrons aussi en évidence certains outils de collecte et d'analyse des données concernant les besoins langagiers qui jouent un rôle important dans la vie académique et professionnelle des apprenants. Nous allons également prendre en compte les besoins langagiers des entreprises selon leurs types et leurs secteurs d'activité.

La troisième partie représente l'essentiel de notre recherche. L'accent est mis, avant tout, sur l'analyse du discours économique et commercial afin de pouvoir définir les caractéristiques linguistiques de ce genre du discours. Le corpus sur lequel s'appuie notre analyse est constitué de documents authentiques issus des milieux professionnels francophones. Les documents authentiques jouent un rôle très important dans l'enseignement des langues de spécialité et des langues sur objectif spécifique, car c'est parfois le seul matériel pédagogique disponible pour l'enseignant. L'objectif de l'analyse sera de mettre en évidence les caractéristiques langagières qui apparaissent le plus fréquemment dans le discours économique et commercial. Le discours sera analysé sur plusieurs plans et à plusieurs niveaux. Tout d'abord, nous analyserons le contexte et la situation d'énonciation, puis le lexique et les champs lexicaux. Pour l'analyse de la fréquence du lexique nous nous servons du logiciel informatique d'analyse du discours

Tropes. Ensuite, nous analyserons la syntaxe, les verbes et les temps verbaux. Une attention particulière sera accordée au rôle de l'argumentation et des relations logiques de ce genre du discours. Enfin, nous examinerons le discours du point de vue sociolinguistique et pragmatique.

Dans la quatrième partie, nous présenterons les possibilités d'application des résultats obtenus par l'analyse du discours en proposant les tâches à effectuer dans une perspective actionnelle. Cette perspective ne consiste pas seulement à maîtriser des formes linguistiques, mais aussi à acquérir un savoir-faire en termes d'activité langagière et savoir d'agir sur l'autre. Pour l'élaboration des programmes didactiques nous nous appuyerons principalement sur les lignes directrices proposées par le Cadre européen commun de référence pour les langues (CECR). Le CECR nous servira également pour la description des compétences communicatives. Les compétences communicatives comprennent les compétences linguistiques, sociolinguistiques et pragmatiques pour lesquelles nous proposons les différentes tâches et exercices. Enfin, nous mentionnerons les moyens d'évaluations des résultats en FOS et en FS, ainsi que les institutions autorisées pour délivrer les certifications dans ce domaine.

La dernière partie, la conclusion générale, est la partie récapitulative de cette thèse où nous présenterons le résumé de la résolution de la problématique présentée à l'introduction. Dans cette partie, nous indiquerons également les limites de la recherche de cette thèse, ainsi que les pistes pour les recherches ultérieures.

Hypothèses de travail

L'apprentissage des langues étrangères représente une des grandes priorités pour l'Union européenne dans le cadre de la stratégie Europe 2020. La connaissance des langues étrangères est indispensable pour les particuliers, les associations et les entreprises. De ce fait, l'hypothèse de base est qu'en améliorant, en adaptant et en modernisant les méthodes d'apprentissage/enseignement de la langue française, nous

répondrons aux demandes et aux besoins langagiers contemporains des apprenants et des entreprises en Serbie.

Ainsi, nous partons de la première hypothèse auxiliaire que l'analyse détaillée du corpus spécialisé dans l'économie peut grandement contribuer à la définition des caractéristiques spécifiques du discours économique et commercial. Nous attendons que soient au cœur de la démarche : la terminologie économique, l'argumentation, la manipulation, les constructions passives, l'adverbe de manière, les propositions de cause, de conséquence et d'hypothèse, etc.

Une autre hypothèse auxiliaire est qu'en consacrant plus d'attention aux caractéristiques linguistiques de ce genre de discours et en adaptant l'enseignement/apprentissage du FOS ou du FS aux besoins des apprenants, des entreprises et de la société, la maîtrise de la langue française serait plus facile, plus rapide et plus efficace.

Méthodologie de la recherche

Comme il s'agit d'une recherche interdisciplinaire nous avons privilégié plusieurs méthodes de recherche :

- Pour la présentation des différentes théories d'analyse de discours nous nous sommes appuyé principalement sur le *Dictionnaire d'analyse de discours* de Patrick Charaudeau et Dominique Maingueneau (2002) et sur l'article *Les bases théoriques en analyse du discours* de Alpha Ousmane Barry (2002) ;
- Pour la présentation de la démarche du FOS (la demande de formation, l'analyse des besoins, la collecte des données et l'élaboration des activités) nous nous sommes appuyé sur l'œuvre de Jean-Marc Mangiante et Chantal Parpette (2004) *Le Français sur objectif spécifique de l'analyse des besoins à l'élaboration d'un cours* ;

- Pour la détermination du contexte socio – économique de l’enseignement de la langue française en Serbie, nous nous sommes servi des consignes et du schéma proposé par Simone Eurin et Martine Henao dans leur œuvre *Pratiques du français scientifique* ;
- L’analyse quantitative sera utilisée pour mesurer les résultats d’une enquête par questionnaire, menée auprès des apprenants et des enseignants en Serbie afin de déterminer les besoins linguistiques ;
- Pour les règles de classement du corpus nous nous sommes servi de la méthodologie par genre (le classement textuel par régulation). La deuxième méthodologie d’analyse à l’intérieur du texte, est la méthodologie décrite par Jean-Michel Adam. Elle consiste en une décomposition du texte en séquences descriptives, narratives, explicatives ou argumentatives, à l’intérieur du texte ;
- L’analyse quantitative sera utilisée aussi pour la mesure de la fréquence de certain lexique et des termes économiques dans le discours. Pour la mesure nous nous servirons du logiciel informatique pour l’analyse du discours *Tropes* ;
- Les méthodes de Edward T. Hall et Geert Hofstede nous servirons pour l’analyse interculturelle et pour la comparaison interculturelle des deux pays.
- Pour l’élaboration didactique et la définition des compétences communicatives nous nous appuyons principalement sur les consignes proposées par le Cadre européen commun de référence pour les langues (CECR). Les tâches proposées s’appuient sur l’approche actionnelle ce qui signifie qu’elles doivent être le plus proches possible de la vie réelle et professionnelle et qu’elles initient les apprenants à agir les uns sur les autres.

PREMIÈRE PARTIE

1. ANCRAGE THEORIQUE

1.1. Introduction

La première partie représente l'ancrage théorique de la recherche précédente dans le domaine de la didactique du français sur objectif spécifique (FOS), du français de spécialité (FS) et de l'analyse du discours (AD). Dans cette partie, nous examinerons les points suivants :

- l'importance du plurilinguisme et de la langue française entre autres dans l'économie et dans les affaires ;
- les différentes étapes de l'enseignement du français langue professionnelle ;
- la description de la démarche du français sur objectif spécifique et du français de spécialité ;
- les caractéristiques et les enjeux de la communication professionnelle (interne et externe) ;
- la linguistique appliquée dans le domaine du travail et les spécificités du discours professionnel ;
- la description des notions de texte, du discours et de l'analyse de discours, ainsi que les différentes approches de l'analyse du discours et de la pragmatique ;
- la didactique des langues sur objectif spécifique et de l'analyse du discours en Serbie.

Tout d'abord, nous définirons le concept et l'importance du plurilinguisme dans le commerce, dans l'économie, et dans la gestion en général, ainsi que les mesures prises par l'UE sur la question du plurilinguisme comme un facteur de croissance économique. Par ailleurs, nous ne cherchons pas à diminuer l'importance de la langue anglaise dans les affaires, mais de montrer que ce n'est pas suffisant pour une communication professionnelle efficace avec le monde francophone et que le français, joue alors un rôle important. Avec la mondialisation des entreprises, la connaissance des langues est devenue très importante, autant dans le secteur privé que public. Les demandeurs

d'emploi maîtrisant plusieurs langues étrangères disposent donc d'un atout majeur dans leur recherche.

La didactique de la langue française essaie donc de s'adapter et de répondre aux besoins langagiers contemporains des apprenants, des institutions et des entreprises. Nous donnerons un bref parcours historique du développement de la didactique de la langue française, depuis le français scientifique et technique, jusqu'au FOS et FS. Nous décrirons également les étapes nécessaires pour la conception des cours FOS et du FS, telles que : l'identification de la demande, l'analyse des besoins, la collecte de données, l'analyse des données et enfin l'élaboration didactique.

De solides compétences dans le domaine de la communication professionnelle sont essentielles pour le succès d'une entreprise, peu importe son domaine d'activité. Une bonne communication est un vrai atout aujourd'hui dans le monde du travail (entretien d'embauche, négociation avec des clients ou fournisseurs potentiels, promotions de nouveaux produits, publicité, interaction avec les collègues et les autorités, etc.). L'efficacité de la communication professionnelle se voit par la qualité du travail de l'organisation et par le succès du produit ou du service sur le marché. C'est pourquoi nous décrirons brièvement les caractéristiques de la communication professionnelle, son fonctionnement et ses enjeux.

La pratique du langage sur les lieux de travail est une réalité bien établie aujourd'hui. La linguistique appliquée comme un champ interdisciplinaire recherche des solutions pratiques pour des problèmes de relations entre les sciences de la langue et les différents domaines d'activités professionnelles. Au cours des dernières décennies, la linguistique appliquée a connu de grands changements dans son domaine de recherches et elle s'est ouverte récemment à la problématique des discours professionnels. En France, le réseau pluridisciplinaire *Langue et travail* étudie le rôle de la langue au travail.

L'une des plus importantes phases dans le processus de l'élaboration de la méthodologie du FOS/FS comprend l'analyse du discours. Pour cette raison, nous

consacrons une grande partie à la description des diverses bases théoriques et différentes approches de l'AD. Tout d'abord, nous définirons le discours, et l'AD comme une branche de la linguistique et ensuite, nous présenterons brièvement l'histoire du développement de l'AD et ses différentes approches telles que :

- l'approche énonciative,
- l'approche communicationnelle,
- l'approche conversationnelle,
- l'approche interactionnelle,
- le dialogisme et la polyphonie,
- l'approche sociolinguistique,
- l'approche sémiotique,
- l'analyse critique du discours,
- la pragmatique et les actes du langage.

À la fin de cette partie nous décrirons le développement de la didactique des langues sur objectifs spécifiques et de l'analyse du discours en Serbie. Actuellement en Serbie il existe un grand intérêt pour les recherches dans le domaine des langues sur objectifs spécifiques et des langues de spécialité, ce qui se voit par de nombreux colloques consacrés à cette question. Par ailleurs, on commence également à comprendre l'importance des compétences en langues étrangères dans le domaine de l'économie.

1.2. Importance du plurilinguisme dans l'économie

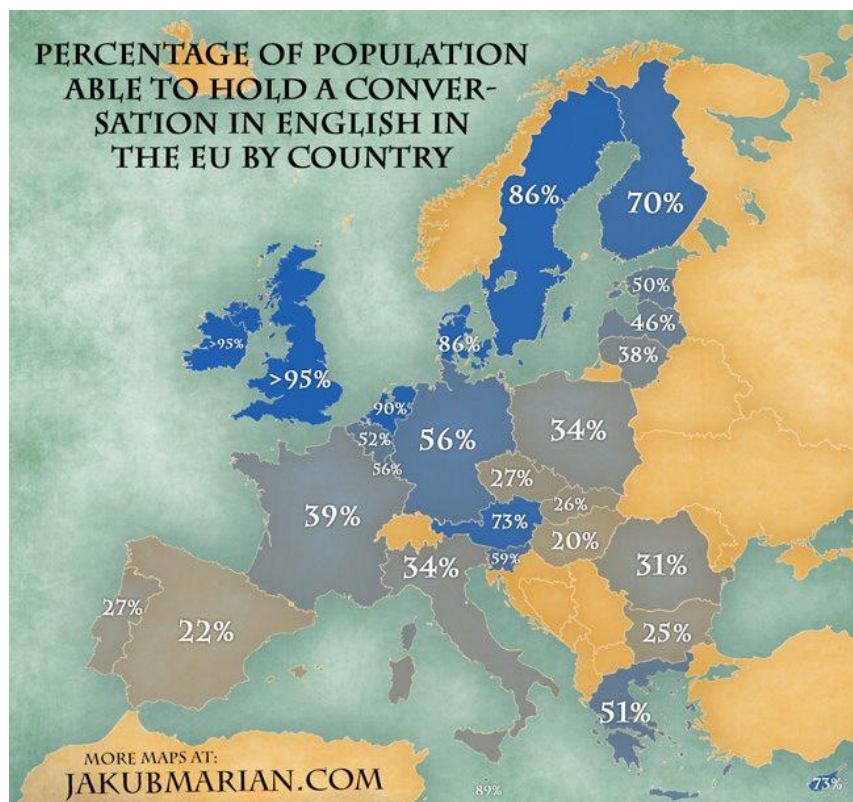
La politique linguistique de l'Union Européenne et du Conseil de l'Europe est fondée sur le plurilinguisme et l'interculturalisme (Beacco et Byram, 2007 ; Chiss, 2013). Le plurilinguisme est un instrument clé et stratégique pour l'intégration de la communauté des nations européennes. C'est pourquoi, le plurilinguisme représente une des priorités du Conseil de l'Europe (Maurer, 2011 : 18 ; Beacco, 2007 : 9 ; Robert, 2009 : 75 ; Bugarski, 2009 : 158). Par conséquent, l'objectif de la didactique des langues étrangères aujourd'hui est de faire de l'apprenant un individu plurilingue, capable de se

débrouiller dans différentes situations de communications quotidiennes (v. Tagliante, 2006). En outre, à l'ère de la mondialisation, la connaissance des langues étrangères est devenue essentielle pour les entreprises qui envisagent de se rendre sur le marché international. Cependant, on pourrait se demander pourquoi apprendre une autre langue étrangère, si tout le monde parle anglais ?

Il existe une opinion que pour le commerce international la connaissance de l'anglais est suffisante. En tant que *lingua franca*, la connaissance de l'anglais est évidemment très importante dans les affaires et il est même possible de dire que son ignorance est un sérieux handicap. Cependant, de nombreuses études récentes montrent que la connaissance juste de la langue anglaise n'est pas suffisante pour communiquer avec succès dans les affaires avec les pays où l'anglais n'est pas la langue officielle. Il est vrai que l'anglais est la langue la plus parlée parmi les langues étrangères, mais seulement un faible pourcentage de la population mondiale est capable de parler à un niveau courant. Le linguiste tchèque, J. Marian, a essayé d'illustrer la capacité des Européens à communiquer en anglais. L'image 1 montre le pourcentage¹ de la population capable de tenir une conversation en anglais. Il est évident qu'un grand nombre de personnes ne parlent pas anglais. Selon Étienne Davignon, le vice-président de la Commission européenne :

« ...une *lingua franca* ne pourra jamais satisfaire le besoin de communication (...) Le multilinguisme promeut l'ouverture et la tolérance mais ouvre aussi les portes à de nouveaux marchés et à de nouvelles opportunités commerciales. » (Commission Européenne, 2008 : 3).

¹L'analyse est basée sur les données d'Eurobaromètre.



Source : <http://jakubmarian.com/map-of-the-percentage-of-people-speaking-english-in-the-eu-by-country/>

Image 1 : Le pourcentage de la population européenne capable de parler anglais à un niveau conversationnel

Aucun pays n'est économiquement indépendant, quel que soit son potentiel. C'est pourquoi, l'intérêt économique de tous les pays est le développement de meilleures relations économiques internationales (Božić, 2009 : 227). La communication professionnelle internationale implique : les échanges d'opinions, les discussions, les négociations, les confrontations, les conciliations des intérêts contradictoires, les recherches de compromis, etc. (v. Lemaire, 2013 : 282, 283). Cependant, la gestion d'une communication professionnelle réussie n'est pas possible sans une bonne maîtrise de la langue.

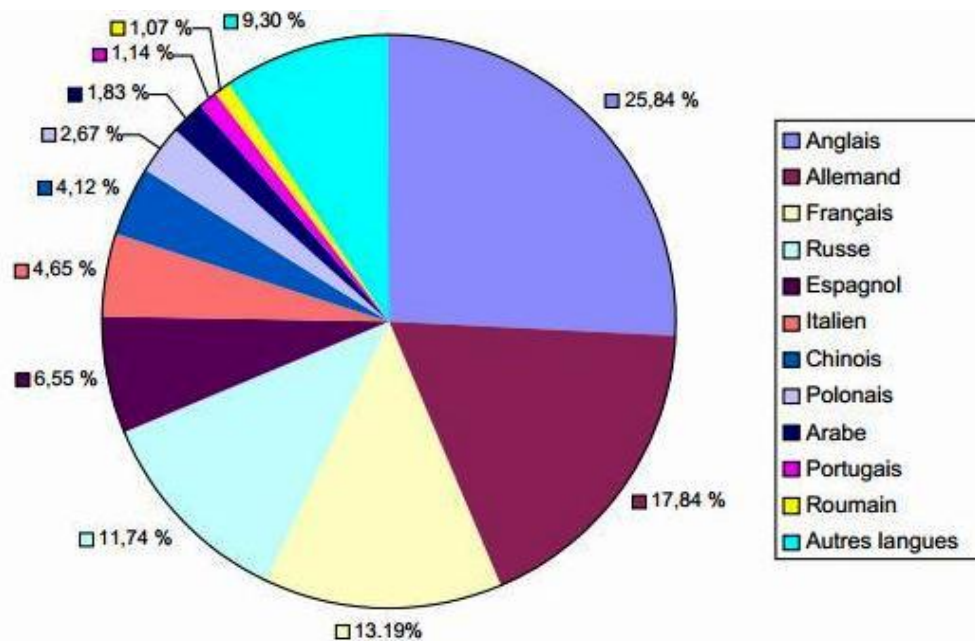
La première étape dans la gestion du commerce extérieur est l'établissement de bonnes relations d'affaires avec des clients étrangers. À part la connaissance des règles du commerce internationale (incoterms, régimes douaniers, méthodes d'emballage et de conditionnement, contrats, contrôle qualitatif et quantitatif etc.), l'exportation nécessite aussi la connaissance des règles d'apparence, de la communication et de la négociation

du pays concerné (Mihić, 2009 : 29). Ce qui ressort comme un problème le plus commun dans la gestion du commerce extérieur et des ventes internationales, est justement l'ignorance des langues étrangères. Les commerciaux sont défavorisés s'ils ne parlent pas la langue du client local. Communiquer avec les clients dans une langue qu'ils comprennent est aussi un facteur important pour générer la confiance. C'est pourquoi dans les dernières années, on articule les compétences linguistiques aux compétences professionnelles (Mourlhon-Dallies, 2007 : 12 ; v. Grin, 2002).

Consciente de l'importance des langues étrangères pour les raisons mentionnées ci-dessus, l'UE a lancé plusieurs projets visant à promouvoir le plurilinguisme et les stratégies linguistiques dans les PME. Selon une étude menée par ELAN² en 2006, 11 % des PME européennes (soit environ 945 000 entreprises), ont perdu un marché en raison de la méconnaissance des langues étrangères et des autres cultures. La perte moyenne en trois ans est de 325 000 euros, bien que selon certaines estimations, la perte est encore plus grande (Commission Européenne, 2006 : 5).

Selon la même étude, les langues que les PME en Europe doivent maîtriser en fonction du marché sont : l'anglais 25,84 %, l'allemand 17,84 %, le français 13,19 % et le russe 11,74 % (voir le graphique 1). L'étude ELAN est la première étude sur la perte des marchés et des occasions d'affaires, en raison du manque de connaissance des langues étrangères. Le rapport de la recherche montre que les entreprises, ayant investi dans la mise en œuvre les stratégies linguistiques, ont augmenté leur exportation de 44,5 % et leur productivité jusqu'à 3,7 %, par rapport à celles qui n'ont pas fait cet investissement (Ibidem, 2006 : 8).

²ELAN (acronyme anglais pour *Indices du manque de compétences linguistiques des entreprises sur l'économie européenne*) est une étude menée par la Commission européenne en 2006. Son objet était de présenter des informations pratiques et des analyses sur l'utilisation de la langue dans les PME. L'étude était basée sur un échantillon de 2000 PME des états membres et des pays candidats. Le rapport a été publié en 2007 et il montre en détails des méthodes d'analyse et des résultats. Pour plus d'informations voir le lien : http://ec.europa.eu/education/policies/lang/doc/elan_fr.pdf [07. 12. 2013.]



Source : ELAN, 2006 : 42

Graphique 1: Les langues que les entreprises ont besoins d'acquérir

Le projet PIMLICO³, est une initiative visant à promouvoir la mise en place des stratégies linguistiques dans les PME. Ce projet décrit les meilleurs modèles d'application des stratégies linguistiques dans les 40 PME européennes ayant connu une croissance économique. Selon cette analyse, 43 % des entreprises ont augmenté leur chiffre d'affaires de plus de 25 %, et 30 % d'entre eux ont augmenté leurs ventes de 16 % à 25 %. Pour 73 %, le chiffre d'affaires a augmenté au moins de 16 %. Le point commun de toutes ces entreprises est qu'elles peuvent négocier au minimum avec trois langues étrangères et utiliser des langues différentes pour différents marchés.

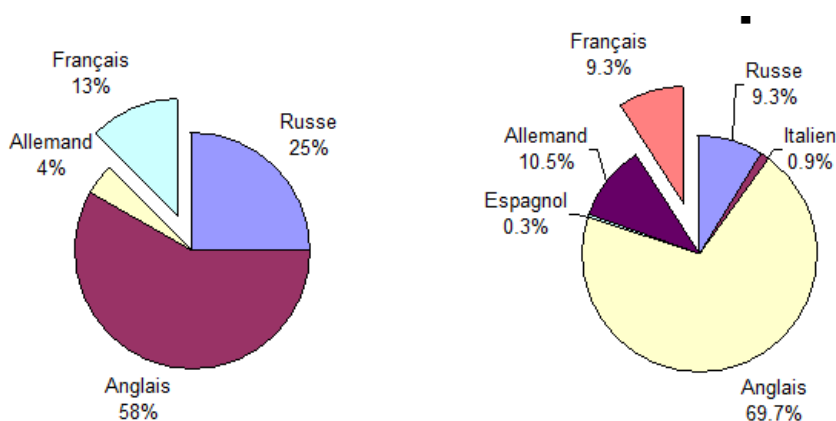
Le forum⁴ des entreprises sur le plurilinguisme *Les langues font nos affaires* promeut la politique de la promotion du plurilinguisme à tous les niveaux, du gouvernement aux PME. L'idée principale de ce forum est que la politique du plurilinguisme peut améliorer l'économie européenne. Le rapport indique clairement ce

³PIMLICO (*Promoting, Implementing, Mapping Language and Intercultural Communication Strategies*) est un projet basé sur les études ELAN pour promouvoir des stratégies linguistiques dans les PME. Pour plus d'information voir le lien : http://ec.europa.eu/languages/languages-mean-business/files/pimlico-summary_fr.pdf [07. 12. 2013.]

⁴Le rapport de ce forum a été rédigé sur la base des rapports des études de cas, de la recherche, des entretiens et de l'expérience personnelle des participants. Le forum a été présidé par l'ancien vice-président de la Commission européenne, Étienne Davignon. Plus d'information du rapport voir sur le lien : http://ec.europa.eu/languages/pdf/davignon_fr.pdf [07. 12. 2013.]

qui doit être fait pour aider les entreprises à accéder aux nouveaux marchés et aux nouvelles possibilités dans un monde globalisé. Par ailleurs, ce forum donne des exemples des entreprises ayant connu le succès grâce aux stratégies linguistiques. CELV⁵ (Centre européen pour les langues vivantes) est le membre du Forum pour le réseau professionnel.

Le site en ligne *Europass*⁶ a pour objectif d'aider les citoyens européens à exprimer leurs compétences, afin de trouver un emploi ou une formation. De l'autre côté, il aide les employeurs à trouver de la main-d'œuvre dans certains domaines de compétence. Le site aide également les autorités compétentes en matière d'enseignement, à définir et à communiquer le contenu des programmes.



Graphique 2 : Le pourcentage d'apprentissage des langues étrangères en Serbie

Le plurilinguisme est une ressource cachée qui devrait être encore exploitée, car l'économie industrielle se transforme lentement en une économie de la connaissance. Tandis que dans certains pays européens on remarque la disparition progressive de l'apprentissage de plusieurs langues étrangères, les pays d'Asie et d'Amérique latine sont conscients de l'importance de la connaissance des langues étrangères et ils

⁵Plus d'information voir sur le lien :

<http://www.ecml.at/Aboutus/professionalnetworkforum/tabid/137/language/fr-FR/Default.aspx> [07. 12. 2013.]

⁶ Dans chaque pays d'Europe, UE et Espace économique européenne coordonnent et promeuvent des activités relatives aux documents *Europass*. Les compétences peuvent s'exprimer par cinq documents : CV, Passeport de langue, Europass mobilité et encore deux suppléments. Plus d'information voir sur le lien : <https://europass.cedefop.europa.eu/fr/home> [15. 12. 2013.]

investissent de plus en plus dans leur apprentissage. Le projet de l'intégration européenne n'est possible qu'avec la promotion du plurilinguisme et de l'interculturalisme. La réalisation de ce projet remet en question l'examen des politiques linguistiques nationales, principalement dans le domaine de l'apprentissage/enseignement des langues étrangères (Bugarski, 2009 : 165). En Serbie, l'enseignement des langues étrangères dans l'enseignement supérieur est très inégal. Le nombre d'étudiants apprenant une langue étrangère, autre que l'anglais est décroissant (Vujović, 2009). L'hypothèse qu'il suffit que les étudiants soient bien formés seulement en anglais est très mauvaise. Les données statistiques du Ministère de l'éducation de la République Serbe (1997 : 9), pour l'année scolaire 1996/97, démontrent le pourcentage des apprenants selon l'apprentissage des langues étrangères qu'ils apprennent : l'anglais 58.12 %, le russe 25.04%, le français 12.50 %, l'allemand 4.26 % (voir le graphique 2).

1.2.1. Langue française dans les affaires

La France a un grand rayonnement culturel et artistique, une histoire prestigieuse, elle dispose d'une économie plutôt stable et elle joue un rôle important dans la diplomatie internationale. Pourtant, elle est aussi un pays de vieilles traditions, elle est l'ancienne puissance coloniale qui favorise sa langue. Alors, pour le succès dans les affaires avec le milieu professionnel francophone, il faut bien connaître la France, les habitudes des Français et surtout la langue française. Au sein de l'Union européenne, le français a un statut de langue officielle, ainsi que de langue de travail.

Comme la langue officielle des 25 pays et la langue de nombreuses organisations internationales, selon les recherches d'*Inalingua* ® Luxembourg⁷ la langue française est la deuxième langue la plus influente dans le monde après l'anglais. Même, selon les estimations d'une étude de la banque *Natixis*, publiée dans *France 24*⁸, la langue française deviendrait la langue la plus parlée dans le monde jusqu'aux années 2050. Le français devrait être parlé par 750 millions de personnes. Bien que Alexandre Wolf, le

⁷Plus d'informations sur le lien : <http://www.inlingua.lu/?q=node/185> [10.11.2013.]

⁸Plus d'informations sur le lien : http://www.france24.com/fr/20140326-francais-langue-etude-2050-forbes/#/?&_suid=140074905886109572712616891823 [13.06.2014.]

responsable de l'Observatoire de la langue française, précise pour l'*Express*⁹ que la réalité est plus complexe, que le français n'est pas la langue officielle pour tous les francophones, mais qu'il y a de grandes chances que dans les prochaines années, l'importance de la langue française augmentera.

« Il n'empêche que le français est souvent la langue commune dans des pays aux nombreux idiomes. C'est la langue des medias, de l'administration et des échanges économique. » (Alexandre Wolf)

Il est donc possible de conclure que le premier contact professionnel avec le milieu francophone devrait être en français et c'est la raison pour laquelle l'apprentissage du français dans les affaires deviendrait de plus en plus important. En coopération avec le monde du travail, les nouvelles méthodes se développent en permanence. Par la suite, nous présenterons brièvement l'histoire du développement de l'enseignement du français en tant que la langue professionnelle.

1.3. Histoire de l'enseignement du français langue professionnelle

Afin d'apercevoir la problématique du FOS/FS, nous présentons un bref parcours historique de développement de l'enseignement du français langue professionnel (voir le tableau 1.). Peu de temps après la Seconde Guerre mondiale, dans les années 1950, il y avait une nécessité d'apprentissage de la langue française pour reconquérir certains territoires à l'étranger, pour diffuser le français dans les territoires d'outre-mer et pour l'enseigner à une nouvelle vague des migrants venant en France. C'est dans ces exigences que *le français fondamental* a apparue (Puren, 1988). Il s'agissait d'une analyse de la langue parlée et de la sélection du vocabulaire et de la grammaire fondamentale (Cuq et Gruca, 2005 : 196). La nécessité pour l'apprentissage du français apparaissait évidemment aussi dans les milieux scientifiques et professionnels, de sorte que les

⁹Plus d'informations sur le lien : http://www.lexpress.fr/actualite/monde/non-le-francais-ne-sera-pas-la-langue-la-plus-parlee-en-2050_1503412.html [13.06.2014.]

différentes méthodes et différentes nominations se succédaient (Carras et al., 2007 : 17 ; Lehmann, 1993 : 41 ; Eurin et Henao, 1992 : 54-61) :

- Dans les années 1960 apparaissait le *français de spécialité* qui s'inscrivait dans la mouvance du français fondamental conçu pour le public professionnel. C'est dans un tel contexte les méthodes SGAV¹⁰ étaient conçues. Cette méthodologie se base sur les études des structures linguistiques formelles. Par ailleurs, elle se caractérise par une syntaxe réduite et un vocabulaire spécialisé.
- L'une des plus anciennes de l'expression dans ce domaine est le manuel *Le français scientifique et technique*, conçu en 1971 pour les besoins de l'ambassade de France.
- Dans les années 1970 apparaissait *le français instrumental*, le terme qui a été lancé en Amérique latine lorsque la méthode des vocabulaires spécialisés avait montré ses limites. Alors, l'apprentissage/enseignement du français se tourne vers l'étude des textes. La méthodologie mettait l'accent sur la communication scientifique et technique et sur la lecture des textes de spécialités. Cette méthodologie utilisait des textes « sans filtre » et exerçait la lecture globale. Cependant, les textes ne correspondaient pas aux situations professionnelles (Challe, 2002 : 20).
- En 1975, Le ministère des affaires étrangères lançait le *français fonctionnel* qui se caractérisait par l'apprentissage de la langue étrangère en termes fonctionnels. Cette appellation a remplacé toutes les autres appellations précédentes telles que : le français instrumental, le français scientifique et technique, la langue de spécialité ou le français de spécialité. Contrairement à la méthode universaliste SGAV, le français fonctionnel s'était basé sur une approche fonctionnelle et communicative. Pendant cette période, la didactique des langues étrangères commençait à impliquer des méthodes de sciences du langage, telles que l'AD, la pragmatique, la sociolinguistique, etc. L'apprenant se situait au centre d'apprentissage et l'enseignement des langues étrangères s'intégrait au contexte social, culturel et politique. Toute une série des manuels ont été publiés pour

¹⁰La méthodologie structuro-globale audiovisuelle (SGAV) a joué un rôle important dans la diffusion de la langue française après la deuxième guerre mondiale. Cette méthode s'appuie sur un premier vocabulaire de 1500 mots. Cependant, elle ne pouvait pas s'adapter aux besoins, motivations, demandes et contextes d'enseignement (Puren, 1988).

répondre aux besoins des différentes catégories socioprofessionnelles (Robert, 2008 : 96 ; Puren, 1988 : 372 ; Challe et Lehmann, 1990).

- Dans les années 1990 la dénomination du *Français sur objectifs spécifiques*¹¹ - FOS (en anglais *English for Specific Purposes* - ESP) s'imposait progressivement et dans les années qui suivent, le FOS avait remplacé le français instrumental (v. Douglas, 2000). La démarche du FOS répond aux besoins langagiers d'un groupe précisément définis (Beacco et Lehmann, 1990). Il se caractérise par deux paramètres : 1) les objectifs d'apprentissage très précis et 2) un délai limité. Généralement, il s'agit d'un cours intensif (quelques fois juste quelques mois), ce qui demande un niveau relativement élevé de la connaissance du FLE (Mangiante et Parpette 2004; Carras et al., 2007). Dans les mêmes années, Le Boterf a introduit l'approche par compétence qui se trouvait notamment dans l'enseignement professionnel. Il définit la compétence comme la mobilisation ou l'activation des savoirs.

Tableau 1 : L'histoire de l'enseignement des langues à des publics professionnels

Période	Méthodologie	Publics	Caractéristiques
'60	Français langue de spécialité	Professionnelles	Mouvance du français fondamental, SGAV, accent sur le vocabulaire spécialisé
'70	Français scientifique et techniques	Scientifiques	Une des plus anciennes expressions de ce domaine, aucune méthodologie particulière.
	Français instrumental	Etudiants, chercheurs	Accent sur la communication scientifique et technique, lecture de textes spécialisés « sans filtre ».
	Français fonctionnel	Ouvriers migrants, scientifiques, étudiants	Approche fonctionnelle, l'accent sur les spécificités de public dont la première préoccupation est l'adaptation aux besoins langagiers. Analyse de discours, acte de langage, etc.
'90	Français sur objectifs spécifiques	Professionnels, étudiants, chercheurs	Approche actionnelle, approche par compétence, centration sur l'apprenant, utilisation des documents authentiques, retour à la linguistique appliquée et l'analyse du discours.
2000	Français de spécialité		Pratique professionnelle.
	Français à visé professionnel		
2011	Français sur objectifs universitaires	Étudiants	Développement des compétences nécessaires pour suivre des cours aux universités français.

- *Français de spécialité* – FS est une approche didactique globale d’une discipline ou d’une branche professionnelle (Challe, 2002). Il est conçu pour un large public (pour une durée de un ou deux ans) et il demande un niveau relativement élevé de la connaissance du FLE. Guidées par le principe de la rentabilité, toutes les maisons d’édition avaient publié leurs manuels tels que *Français des affaires*, *Français du droit*, *Français du tourisme*, *Français de la médecine*, etc.
- Depuis 2000, on rencontre également les appellations telles que *le Français de la communication professionnelle* et *le Français à visé professionnel*. À l’initiative de Mourlhon-Dallies (2006), depuis 2006 apparaissait également le *Français langue professionnelle* – FLP (v. Mourlhon-Dallies, 2008 : 12). Le français langue professionnelle couvre le champ langagier commun à toutes les professions et généralement, les enseignants n’ont pas besoin de connaissances dans ce domaine spécifique. FLP est conçu pour un large public tel que les migrants, les gens sur la voie de professionnalisation, les personnes en situation d’illettrisme ou les individus en reconversion professionnelle, afin de mieux maîtriser le français dans un contexte professionnel. Dans la grande majorité, le public du FLP est moins scolarisé que le public du FOS (Ibidem, 2008 : 78). Cette méthode ne remplace pas le FOS ou le FS, mais elle les complète. Contrairement au FOS qui se réfère à un poste, le FLP se réfère aux compétences évolutives (Mangiante, 2007b : 130). Le niveau de la connaissance du français n’est pas défini, mais une forte motivation d’apprentissage se comprend dans le but de la promotion en milieu professionnel.
- En 2011, Mangiante et Parpette publient le *Français sur objectif universitaire* – FOU. Il s’agit d’une application de la démarche FOS au contexte universitaire. Ainsi, le FOS et le FOU se basent aussi sur l’analyse des besoins langagiers et sur le recueil des documents authentiques. Avec l’augmentation de la mobilité des étudiants, il y a de plus en plus d’étudiants étrangers venant en France pour étudier. Le nombre d’étudiants étrangers a augmenté de 50 % dans les dix dernières années. Actuellement en France il y a près de 213 000 étudiants étrangers, soit 11 % dans l’enseignement supérieur français et 15 % dans les universités (Mangiante et Parpette, 2011 : 17). L’objectif de FOU est le

développement des compétences nécessaires pour suivre des cours aux universités françaises, telles que la compréhension des discours, la prise des notes, la communication avec les collègues, la connaissance de la culture académique française, etc. Le programme de la formation linguistique de FOU concerne « l'ensemble composantes institutionnelles de l'université et suscite différentes synergies entre les enseignants de FOU, les enseignants des filières FLE, les enseignants des disciplines, les services des relations internationales, les centres de langue, etc. » (Mangiante et Parpette, 2011 : 7). Dans les dernières années on assiste à une augmentation du nombre d'étudiants serbes en France. Beaucoup d'entre eux ont gagné une bourse ou ont choisi individuellement de poursuivre leurs études dans des universités françaises. Pour eux tous les cours du FOU pourront être très utiles. En 2014, C. Parpette et J. Stauber ont publié le manuel de FOU - *Réussir ses études d'économie-gestion en français*, conçu spécialement pour répondre aux besoins des étudiants en licence envisageant de faire leurs études en France ou dans les pays francophones.

La méthodologie de l'enseignement des langues depuis les années 1990 se basait principalement sur l'approche communicative et actionnelle. Le FOS couvre en principe toutes les situations didactiques concernant une profession particulière. Il est certain que le terme FOS s'utilise largement et que toutes les autres nominations ne sont en principe que des variantes du FOS. Dans le chapitre prochain nous décrirons les différentes étapes de l'élaboration des cours du FOS/FS, ainsi que la différence entre ces deux appellations.

1.3.1. Français sur objectif spécifique vs Français de spécialité

Le Français sur objectif spécifique (FOS) est l'adaptation de l'enseignement du FLE principalement à des publics adultes souhaitant se perfectionner sur les compétences langagières pour une activité professionnelle ou pour les étudiants d'un domaine spécifique. Selon le *Dictionnaire de didactique du français* :

« Le FOS s'inscrit dans une démarche fonctionnelle d'enseignement et d'apprentissage : l'objectif de la formation linguistique n'est pas la maîtrise de la

langue en soi mais l'accès à des savoir-faire langagiers dans des situations dument identifiées de communication professionnelles ou académiques. » (Cuq, 2003 : 109, 110)

Par rapport à la didactique du *français général* (FG) qui est orientée à tous les publics, c'est-à-dire à un public non spécialisé, la didactique du FOS est destinée envers le public très spécialisé. Par ailleurs, les contenus méthodologiques du FG concernent plutôt la vie quotidienne, tandis que les contenus du FOS et FS concernent principalement le domaine professionnel (voir le tableau 2). Selon Moulhron-Dallies (2008 : 53) les objectifs spécifiques du FOS :

« ... sont avant tout des dimensions qui structure l'intervention de l'enseignant, lequel ne peut former son public de « professionnels » sans prendre en compte conjointement les questions de lexique, de grammaire, de discours, d'interculturel, etc. Le pluriel signale qu'il existe une mosaïque des objectifs incontournables, de nature divers, que les enseignants combinent en vue d'atteindre des but précis, dans un projet de cours façonné par les demandes concrètes des entreprises et des institutions qui les sollicitent ».

L'élaboration des programmes du FOS se compose de cinq parties :

- 1) l'identification de la demande de la formation,
- 2) l'analyse des besoins,
- 3) la collecte de données,
- 4) l'analyse des données,
- 5) l'élaboration didactique.

L'identification de la demande : la première étape dans la démarche du FOS consiste dans l'identification de la demande. La demande peut être précise dans la situation idéale, ou comme une offre, lorsqu'il n'existe pas une offre précise (plus de détails sur cette étape dans § 2.8) (Mangiante et Parpette, 2004 : 10-14).

L'analyse des besoins : une étape très importante dans la didactique des langues étrangères et surtout dans la didactique du FOS/FS. Pour qu'un enseignant puisse savoir

quels documents faut-il recueillir, sur quels points grammaticaux ou lexicaux faut-il insister, quelles compétences faut-il exercer le plus, il doit tout d'abord analyser les besoins langagiers des apprenants, des institutions et de la société (plus de détails sur cette étape dans § 2.9).

La collecte de données : pour collecter des données, l'enseignant doit se tourner vers le domaine concerné, il doit entrer en contact avec les acteurs du milieu professionnel concerné, décrire le poste du travail, s'informer sur les situations de communication, enregistrer ou filmer les documents authentiques (ressources écrites, orales, en ligne, référentiels professionnels, etc.) (Mangiante, 2015). Les DA sont d'une grande importance autant pour l'enseignant que pour l'apprenant (v. § 3.2). Contrairement aux cours du français général où les DA sont un appui au manuel principal, dans l'enseignement du FOS très souvent il s'agit d'un appui fondamental à un cours sans manuel, notamment pour les niveaux intermédiaires et avancés (v. Vujović, 2011). Les apprenants peuvent également être d'une grande aide dans la collecte de données. Comme souligne Dinvaut (2011 : 25), ils peuvent :

« ... offrir à l'enseignant des informations indispensables, lui indiquer des ressources documentaires, lui expliquer un geste ou un dispositif. L'enseignement - apprentissage de LOS envisage la relation enseignant - apprenant en termes de partage des savoirs, et la création des conditions pour que l'apprenant soit pleinement acteur de ses apprentissages. »

L'analyse des données : comprend l'analyse de toutes les données recueillies, telles que l'analyse du public et leurs besoins langagiers, l'analyse des besoins de la société, des entreprises ou de l'institution, l'analyse du discours oral et écrit utilisé dans la communication professionnelle, etc. Ces analyses permettent l'identification de toutes les particularités linguistiques et extralinguistiques et de tous les détails qui pourraient être prises en compte lors de l'enseignement de la langue étrangère.

L'élaboration didactique : à partir des données collectées et analysées, l'enseignant élabore son propre matériel et il développe ses outils pédagogiques. Comme il s'agit d'une langue en contexte spécifique, le FOS permet une grande liberté en

Tableau 2 : La différence entre français général, français de spécialité et français sur objectif spécifique

	Français général	Français de spécialité	Français sur objectif spécifique
Objectif	Large	Plus large couvrant un domaine	Précis
Formation	À moyen ou long terme	À moyen ou long terme	À court terme
Thématique et compétence	Diverses	Diverses, mais liées à une discipline	Situations et compétences cibles
Contenu	Maîtrisé par l'enseignant	Nouveau et à priori non maîtrisé par enseignant	Nouveau et à priori non maîtrisé par enseignant
Discours	Tous les genres	Plus étendu	Plus sélectif
Matériel pédagogique	Existant	Existant, mais insuffisant dans certain domaine	À élaborer
Travail de l'enseignant	Autonome	Plus autonome	En coordination avec les acteurs du milieu professionnel
Évaluation	Interne au programme	Interne au programme	Extérieure au programme

Source : Mangiante, 2004 : 17, 154 ; 2006 : 142

organisation des cours. L'enseignant doit identifier les situations de communications à enseigner, les aspects interculturels, les savoir-être et les savoir-faire langagiers. Quelques centres de langue ont même pratiqué le cours à double enseignant : un enseignant de langue et un enseignant spécialiste du domaine concerné.

La différence entre FOS et FS est dans la démarche pédagogique (voir le tableau 2). Dans le cas du FOS, la formation se focalise sur un public spécifique et une demande précise. L'enseignant est contraint de couvrir l'ensemble des situations communicationnelles auxquelles les apprenants pourraient se retrouver. Or, le FS concerne les domaines professionnels particuliers, les besoins langagiers propres à la pratique de cette profession sans connaissance du public auquel s'adresse le programme (Mangiante, 2006 ; v. Dion et Tavernier, 2007). Par exemple, les futurs économistes, les commerciaux ou les gestionnaires suivront un cours de FS à l'université avec un manuel de français pour les affaires¹² (*Français.com, Affaire à suivre, Français des affaires, Pour parler affaires, Le français de l'entreprise*, etc.). Cependant, si un groupe de commerçants du Michelin doit aller en France pour une formation de vendeur des pneus,

¹²Le catalogue des manuels pour le français d'affaire est possible de voir sur le lien : <http://www.cafoc.ac-nantes.fr/ficpdf/publication/fle.pdf> [11.06.2014.]

où ils auront besoin de la compréhension orale du séminaire, mais aussi de se rendre sur le lieu du séminaire ou faire le contact avec leurs collègues lors d'une pause ou lors d'une soirée, il s'agit d'une démarche de FOS.

Dans un contexte de la communication spécialisée les locuteurs sont en contact ou ils produisent des différents genres de discours. Comme une des étapes dans l'élaboration didactique, l'analyse du discours se retrouve dans les deux programmes. Dans le cas du FS, les discours en tant que tel dans la production de différentes pratiques, sont plus étendus. Dans le cas du FOS, le choix des discours est plus sélectif. L'enseignant se limite sur les discours qui couvrent les situations de communication dans lesquelles l'apprenant pourrait se retrouver.

Les recherches dans les méthodes du FOS/FS continuent toujours. Les laboratoires de recherches étudient les discours de diverses spécialités, afin de pouvoir aider les centres de langues, les universités, la formation des enseignants en FOS dans le contexte local (Mangiante et Desroches, 2012 : 52-53). En outre, la CCIP renouvelle la revue *Ponts Communs*, la revue numérique du français à visée professionnelle. De plus, au sein de la CCIP un site Internet de FOS *NumeriFOS*¹³ est mis en œuvre. Ce site a pour objectif de devenir la banque des ressources de références en FOS. Ces études montrent l'importance de la langue dans les affaires et pour l'économie des entreprises.

Une place centrale de la démarche du FOS/FS occupe la communication professionnelle. Les enjeux de la communication professionnelle doivent répondre aux nouvelles exigences des associations, des entreprises, des administrations et des milieux associatifs. Dans le chapitre suivant nous décrirons les caractéristiques et les enjeux de la communication professionnelle.

¹³Le site est disponible sur le lien suivant: <http://www.francais.cci-paris-idf.fr/numerifos/> [11.06.2014.]

1.4. Caractéristiques de la communication professionnelle

La communication¹⁴ est une science interdisciplinaire qui a ses racines dans d'autres domaines, tels que la rhétorique, la grammaire, la philosophie, la psychologie et la linguistique. Elle a également des points communs avec la psychanalyse, la neurologie, l'informatique, la sociologie, l'économie, le management, le marketing, etc. La première théorie de la communication dans les organisations du travail et dans la structuration des espaces économiques est apparue au XVIII^{ème} siècle chez Adam Smith (1723-1790). *La communication professionnelle* peut se définir en tant que « l'ensemble des informations, des messages, des signaux de toute nature que l'entreprise émet en direction de ses publics cibles ... », et le verbe *communiquer* en tant que l'action de transmission de ces informations dans « le but d'obtenir de la part du destinataire une modification de comportement ou d'attitude » (Albertini et Helfner, 2001 : 27). Pour pouvoir comprendre la communication, il est nécessaire de prendre en considération les fonctions de la communication ainsi que les différents types de la communication. Les exigences en matière de la communication efficace contribuent à une étude plus approfondie du phénomène de la communication (Robbins et Coutler, 2005 : 254).

Les mots ont une grande puissance dans le travail, de sorte qu'aujourd'hui, il n'existe presque pas le métier où la communication ne joue pas un rôle important (Boutet, 2010). Le processus de la communication professionnelle consiste à transférer et utiliser des messages qui visent à prendre des décisions d'affaires et leur mise en œuvre. La communication est très importante pour la construction et l'entretien des relations avec les partenaires professionnels. La manière qu'ont les entreprises de communiquer avec leurs clients actuels ou potentiels ne doit pas être laissée au hasard. Les affaires modernes exigent plus que le développement d'un bon produit ou un bon service, la détermination des prix attractifs et la disponibilité pour les clients ciblés : l'entretien des relations confidentielles avec le client est essentiel, ce qu'il n'est pas

¹⁴*La communicologie* est la discipline dont l'objet d'étude est l'information que les gens transmettent l'un à l'autre. Elle comprend les études des contenus, des formes et des techniques de la communication (Bojanić, 2010 : 8).

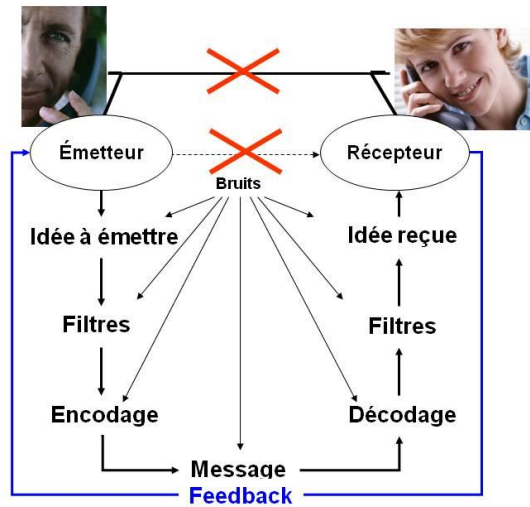
possible d'obtenir sans une communication efficace (Coutler et al., 2007 : 719 ; Aker et al., 2008 : 639). Coutler et ses collaborateurs (2007) définissent cinq principaux outils de communication :

- *La propagande économique* – comprend les éditions, la radio et la télévision, la publicité à l'extérieur, etc.
- *La vente personnelle* – présentations, expositions, foire et programmes de la simulation, etc.
- *La promotion des ventes* – prix, actions, coupons, concours, démonstrations, etc.
- *Les relations publiques* – établissement de bonnes relations entre l'entreprise et le public : publications, communication d'entreprise, lobbies, les conseils, etc.
- *Le marketing direct* - catalogue, télémarketing, fax, Internet, etc.

La communication professionnelle est un processus selon lequel un individu, un groupe ou une institution (*émetteur*) transmet une sorte d'information (message) à un autre individu, groupe ou institution (*récepteur*) (voir le schéma 1). Même si l'on peut opposer à ce schéma de nombreuses critiques, il peut servir pour la description des principaux enjeux de la communication professionnelle. Le processus de la communication commence lorsqu'un côté (*émetteur*) a une idée à émettre de l'autre côté (*récepteur*).

Le rôle de *l'émetteur* est de transformer *l'idée* dans une forme en laquelle elle peut être transformée et que le *récepteur* peut le comprendre. Pour une communication professionnelle réussie, l'émetteur doit connaître le public qu'il veut atteindre afin de pouvoir choisir un bon *code* (système des signaux pour la transmission du message). Il doit aussi prendre en considération la manière dont le public cible décodera ensuite ce message (Coutler et al., 2007 : 730).

Le schéma de la communication



Source : <http://www.marketing-formation.ch/html/communication.html>

Schéma 1 : Le schéma de la communication professionnelle

Très souvent, l'objectif de l'émetteur dans la communication professionnelle est de persuader ou de convaincre le récepteur de faire quelque chose ou de changer son comportement en se servant des arguments adéquats. Le processus de l'encodage est la traduction de cette idée à une forme écrite ou orale que le *récepteur* peut recevoir. On fait le codage de l'information lorsqu'on choisit les mots pour communiquer avec quelqu'un.

Ce processus est d'une grande importance si on veut avoir une communication professionnelle efficace. Une fois que le message est encodé, il est prêt à être transféré par un ou plusieurs *canaux* de la communication (téléphone, mail, télévision, radio, poste, etc.). Il est aussi important de développer les canaux des réactions retournées (feedback) pour pouvoir évaluer la réaction du public. Il existe deux types principaux des canaux : 1) personnel et 2) non-personnel (Coutler et al, 2007 : 737) :

1) Les canaux communicationnels personnels comprennent deux ou plusieurs personnes communiquant une avec les autres, face à face, par téléphone, par poste ou chat par Internet. Ces canaux sont efficaces puisqu'il existe la possibilité d'un contact personnel et d'une réaction retournée immédiate. Par

exemple, il s'agit des canaux communicationnels personnels lorsque le vendeur communique avec les clients ou lors du *buzz marketing*.¹⁵

2) Les canaux communicationnels non personnels transmettent les messages sans contact personnel et sans réaction retournée. Ils comprennent les médias imprimés (journaux, magazines, etc.), médias - émissions (radio et télévision) et réseaux des médias électroniques (services sur le réseau, site Internet, CD et DVD).

Lorsque le message est reçu, le processus du *décodage* du message commence, c'est-à-dire la transformation du message dans une forme que le récepteur peut comprendre. Dans ce processus, on peut inclure différents moyens, comme la compréhension des mots ou l'interprétation des images. Le temps entre l'émission et la réception est un facteur important, car certaines références peuvent se modifier entre-temps. Il faut absolument donner la parole aux clients. Dans la communication professionnelle, la réaction retournée (feedback) est très importante puisqu'elle montre le niveau de compréhension du message.

La communication est réussie si le message ne se change pas de l'émetteur jusqu'au récepteur. Malheureusement, on est loin de la perfection de l'*encodage* et du *décodage* de nos idées, surtout quand il s'agit des langues étrangères utilisées dans la communication professionnelle. Même si cela semble simple, en réalité il est très rare que la communication professionnelle fonctionne aussi idéalement que le montre le schéma. C'est un processus complexe qui peut très être facilement perturbé. De nombreux facteurs influencent le processus de la communication comme la structure organisationnelle, les éléments de communication à l'intérieur du groupe, les individus, etc. (Greenberg et Baron, 1995 : 302-305).

¹⁵Le *buzz marketing* est l'éducation des leaders d'opinion qui diffuseront les informations du produit ou de service dans leur communauté grâce à un événement ou une action spectaculaire. Ces dernières années il s'est énormément développé avec le développement et la rapidité de l'Internet, des réseaux sociaux (facebook, tweeter, etc.) et les blogs.

Les facteurs qui endommagent la clarté du message, *les bruits* (les obstacles ou les barrières), peuvent apparaître à chaque moment de la communication. Afin de faire face aux bruits et de les surmonter, il est important de les reconnaître. Il existe plusieurs types de bruits dans la communication professionnelle :

- *Le filtrage* est une manipulation exprès des informations pour les rendre plus attrayants pour le destinataire. Lorsque les informations se transmettent de bas à haut, elles se filtrent en raison d'intérêts personnels (Robbins et Coutler, 2005 : 262).
- *Les interférences techniques* – le bruit dans le bureau, dans un restaurant ou sur le chantier, la lettre écrite vaguement, etc.
- *Les émotions*. L'humeur du récepteur au moment où il reçoit le message affecte la manière dont il l'interprétera. Par ailleurs, le désir de dominer, l'interruption des autres dans la communication ou la prise de la parole régulière dans la discussion endommage la transmission des messages.
- *La surcharge informationnelle (ou infobésité)*. Les statistiques montrent que les employés envoient et reçoivent au moyen 204 messages par jour, ce qui crée une telle quantité d'informations qu'il est presque impossible de les gérer. La conséquence en est une perte d'informations et une communication moins efficace.
- *La défensive*. Lorsque les gens se sentent menacés, ils deviennent défensifs, ils attaquent verbalement, ils condamnent et examinent trop leurs interlocuteurs, ce qui réduit la possibilité de parvenir à une compréhension mutuelle.
- *Les barrières linguistiques ou sémantiques*. La communication peut être bloquée en raison de l'incompréhension de la signification de certains mots, l'ambiguïté ou l'utilisation imprécise de certains termes (voir § 3.10).
- *Barrières sociales*. En fonction de l'âge, de l'éducation et du patrimoine culturel, les mêmes mots ont des significations différentes. Dans chaque organisation, les employés ont différents modèles de communication. Non seulement, les employés d'une même organisation, mais aussi ceux qui travaillent dans des départements différents ont des jargons différents, ils

utilisent la terminologie spécialisée ou le langage technique différent (voir § 4.7.1).

- *Les différences culturelles et ethniques.* La communication interpersonnelle n'est pas la même partout dans le monde. Si les différences de cultures, de traditions, de normes, de valeurs, de mentalité, de culture nationale, ne sont pas reconnues et prises en compte, elles peuvent représenter un obstacle à la communication efficace. En outre, les croyances personnelles, les stéréotypes et les préjugés peuvent constituer aussi une barrière à la communication (voir § 3.13).

Pour pouvoir surmonter *les bruits*, il est nécessaire de définir les principes qui correspondent le plus à la situation donnée (Robbins et Coutler, 2005 : 264; Bojanić, 2010 : 31). Les méthodes et les techniques qui peuvent aider à faire face et surmonter les obstacles sont :

- *L'utilisation du feedback.* Un grand nombre des malentendus proviennent du fait d'incompréhension ou d'imprécision du message. Un bon feedback implique plus qu'un *oui* ou un *non*. Parfois, il est nécessaire de poser une série de questions pour s'assurer que le message est reçu et compris correctement.
- *La simplification de la langue.* Il est nécessaire de choisir les mots et la structure des messages pour qu'ils soient plus clairs et plus compréhensibles. Le jargon peut faciliter la communication au sein du groupe, mais s'il est utilisé en dehors du groupe il peut causer de nombreux problèmes.
- *L'écoute active* - implique une recherche active de sens.
- *Le contrôle des émotions.* Le plus simple est d'arrêter la communication en attendant que les émotions se calment et la reprendre plus tard.
- *L'observation des signes non-verbaux.* Il faut être sûr qu'ils transmettent *l'information désirée*.

Les enjeux de la communication professionnelle selon Malaval et Décaudin (2008) peuvent être :

- *Informatif* – l’entreprise peut diffuser toutes sortes d’informations pour le public interne ou externe par des techniques de relations presse, mailing ;
- *Positionnement ou identitaire* – la définition de l’identité par rapport aux autres (Par exemple si *Danone* développe une marque à l’aide d’un expert ou si un directeur refuse de signer une lettre à cause de la position de responsabilité, etc.) ;
- *Mobilisation ou influence* – choisir la stratégie de la communication pour persuader ou séduire le public visé (pour ne pas dire manipuler) ;
- *Relationnel* – positionnement relatif entre les individus, surtout dans la communication interne ;
- *Normatif* - régulation des relations des communications.

Malaval et Décaudin (2008) constatent que pour une communication efficace interpersonnelle, les fonctions fondamentales sont : *la liberté* (le désir de dire nos opinions), *l’expressivité* (le langage du corps), *la réciprocité*, (attention accordée aux autres) et *la conscience* (les conséquences de ce que l’on fait).

Ces enjeux de la communication doivent répondre aux nouvelles exigences des associations, des entreprises, des administrations et des milieux associatifs. Devant la montée en puissance des enjeux de la communication, elle constitue un sujet d’analyse important (Malaval et Décaudin, 2008 : 22). Le processus de communication professionnelle peut être classé en deux types principaux de la communication (Leković, 2006 : 190) :

- 1) *Communication externe* – comprend l’ensemble des informations pour les partenaires extérieurs de l’entreprise ;
- 2) *Communication interne* – au sein de l’organisation elle-même et elle peut être :
 - verticale vers le bas,
 - verticale vers le haut,
 - horizontal – parmi les départements de l’organisation,
 - horizontal – parmi les membres de l’organisation,
 - informelle (« vigne ») – le bouche à oreille communication.

1.4.1. Communication externe

*La communication externe*¹⁶ « désigne tout ce qui concerne la communication et les relations à l'extérieur d'une entreprise » (Lasne, 2004 : 59). Elle comprend un échange des informations entre l'organisation et tous ceux qui se trouvent en milieu extérieur : les fournisseurs, les actionnaires, les banques, les médias, l'environnement politique, social, économique et surtout avec les clients et les consommateurs. Par ailleurs, elle doit intégrer les composantes culturelles et idéologiques, des pouvoirs invisibles, des intermédiaires, des médiations, etc. Les outils de la communication externe peuvent être :

- médias : Internet, presse, radio, télévision, affichage, etc.
- hors médias : relations publiques, parrainage, lobbying, etc.
- organisation des événements : salons, foires, manifestations, cocktails, événement culturels, promotions, etc.

Les objectifs de la communication externes sont de communiquer avec les partenaires de l'entreprise, de conquérir et de fidéliser les clients. Elle joue un rôle principal dans les stratégies d'entreprise, son image, sa notoriété, présentation d'un produit, son positionnement sur le marché, pour légitimer les activités économiques et sociales. Les exemples de la communication externe sont : factures, publicités, lettres, site Internet, e-communication, catalogues, fiches, etc.

¹⁶Pour plus d'information sur la communication externe, sa stratégie, ses techniques et ses outils voir Libaert et Westphalen (2011) et Malaval et Décaudin (2008 : 269-508).

1.4.2. Communication interne

La communication interne est un échange des messages entre les employés à l'intérieur de l'organisation. Elle désigne :

« ... l'ensemble des actions volontaires de transmission d'information à l'intérieur de l'entreprise (pour l'essentiel, à destination de ses salariés) (...) et de gérer en professionnels l'ensemble des messages dits de communication interne. » (Duterme, 2002 : 155)

Il est important de définir les objectifs, les outils et la stratégie de la communication interne, ainsi que les contraintes et la finalité des différentes actions. Par ailleurs, c'est un outil de cohésion qui « permet la création d'un ensemble homogène de signes, de symboles, susceptible de faciliter un langage commun et capable de favoriser l'émergence d'une véritable culture. » (Albertini et Helfner, 2001 : 29). Les outils de la communication interne peuvent être : papier, intranet, tableau d'affichage, etc. Dans la communication interne, il faut être prêt à changer, ainsi qu'à s'adapter pour améliorer la communication et la cohésion. Les exemples de la communication interne peuvent être : journal interne, note de service, compte rendu de la réunion etc. La communication interne a deux fonctions principales :

- 1) d'informer le cadre d'un changement dans les affaires de l'organisation ;
- 2) de permettre la meilleure réalisation des objectifs de l'organisation.

Les principaux types de la communication interne peuvent être 1) verticale et 2) horizontale :

- 1) *Verticale* - entre les supérieurs et les subordonnés :
 - *Verticale vers le bas* (des gestionnaires vers les employés). Elle s'utilise pour informer, coordonner, donner des ordres, souligner les problèmes, donner des explications ou des informations sur les droits et les devoirs des employés,

souligner l'importance des objectifs fondamentaux de l'organisation, l'évaluation de la performance, etc.

- *Verticale vers le haut* (des employés vers les gestionnaires). Elle s'utilise pour fournir des rapports sur le succès, l'état ou le changement dans l'organisation, les résultats ou les problèmes de travail, les procédures en cas des plaintes, les suggestions et les plaintes, la recherche des diverses formes d'assistance ou d'aide, la formulation plus claire des tâches, etc. Dans un environnement très structuré et autoritaire, la communication est limitée en termes de style et de contenu, et souvent, elle ne donne pas une image fidèle de la situation.

2) *horizontale* (entre les gens de même niveau hiérarchique) :

- *Horizontal* (parmi les départements de l'organisation ou parmi les membres de l'organisation). Elle est souvent utilisée pour gagner du temps et faciliter la coordination, mais elle peut aussi conduire à des conflits ou malentendu si les gestionnaires ne sont pas informés des décisions et des mesures prises.
- *Informelle* (« vigne » ou la bouche à oreille communication). Il s'agit d'un réseau de communication présenté dans presque toutes les organisations qui se basent sur les rumeurs. Les études ont montré que 75 % des employés s'informent d'abord sur ce réseau. Cette communication est toutefois importante parce qu'elle révèle des questions incertaines qui préoccupent les employés. Ce réseau est tout simplement impossible à éliminer, mais il est possible de réduire son impact négatif au minimum (Robbins et Coutler, 2005 : 268).

En effet, il est très important de savoir comment les salariés se parlent entre eux. Plus ils communiquent les uns avec les autres, plus il y a de chances de résoudre les problèmes les plus difficiles. La vitesse et l'efficacité avec lesquelles les équipes de l'entreprise résolvent les problèmes sont cruciales pour le succès.

*

Comme constate Lasne, la communication, qu'elle soit ascendante, de crise, descendante, environnemental, événementielle, externe, financière, formelle, globale, informelle, institutionnelle, interactive, interne, légale, obligatoire, publicitaire, publique ou encore social :

« La communication a pris, prend et prendra de plus en plus d'importance dans la vie de tous les jours, dans l'évolution de la société, des collectivités et le développement de l'entreprise dont elle est devenue un outil indispensable de management. La multiplicité des missions, la mondialisation du marché le développement des techniques de la communication, la révolution audiovisuelle et télématique, ont mis les entreprises dans l'obligation à communiquer ... »
(Lasne, 2004: 56)

Deux principaux facteurs changent la communication professionnelle d'aujourd'hui (Coutler et al, 2007 : 720) :

- 1) la fragmentation du marché – la communication se concentre sur des relations plus étroites avec les clients ;
- 2) le progrès de TIC – il facilite la communication, il la rend disponible à chaque instant, il aide la surveillance des consommateurs, etc.

Pour qu'un apprenant du FOS ou de FS puisse se débrouiller avec les différents enjeux de la communication professionnelle, il est nécessaire de croiser le champ de la linguistique appliquée dans le domaine du travail et la didactique des langues étrangères.

1.5. Linguistique appliquée dans le domaine du travail

La linguistique appliquée est une branche de la linguistique qui concerne l'application des théories et des méthodes linguistiques pour expliquer les problèmes du

langage apparus dans les autres disciplines. Elle prend en mesure tout le changement dans les recherches de la langue. Contrairement à la linguistique générale, elle s'oriente vers les problèmes quotidiens liés à la langue et à la communication. Elle traite les relations entre les sciences de la langue et différents domaines de l'activité sociale. Par ailleurs, la branche la plus développée de la linguistique appliquée concerne la didactique et de l'apprentissage des langues étrangères (Crystal, 2008 : 31). En France, les institutions qui traitent la problématique de la linguistique appliquée sont :

- *Le Centre de Linguistique Appliquée (CLA)* situé à l'Université Besançon,
- la revue *Études de Linguistique Appliquée (ELA)*,
- la fondation *Association Française de Linguistique Appliquée (AFLA)*.

En Serbie, la problématique de la linguistique appliquée est traitée par *l'Association de la linguistique appliquée de Serbie (DPLS-ALAS)* qui continue la tradition de *l'Association de la linguistique appliquée de Yougoslavie (JDPL)*, fondée en 1972 et la revue *Primenjela lingvistika* qui s'édite depuis les années 2000. *L'Association internationale de linguistique appliquée (AILA)* a conduit parfois la discussion sur l'application de la linguistique sur un champ plus large d'application (Bugarski, 1996a : 44-47).

Au cours des dernières décennies, la linguistique appliquée a connu de grands changements de son domaine d'investigation. Les champs de la linguistique appliquée se sont élargis sur le fonctionnement du langage dans les milieux professionnels, sur la problématique de l'analyse du discours, sur les théories de la communication, sur la pragmatique linguistique, sur la sociolinguistique, sur la linguistique interactionnelle, etc. (v. Filliettaz, 2009a). La linguistique appliquée et la didactique des langues ont des points communs dans la description de la structure et le fonctionnement de la langue : une métalangue, une conception de l'acquisition, un système de règles et une technique d'analyse utilisable aux cours (Damar, 2009 : 88 ; Živković, D., 2014a ; v. Bugarski, 1996a : 24).

Dans les dernières années on assiste à une mutation du travail et on peut remarquer l'augmentation de la « part langagière » au travail (Boutet, 1988 ; Moulhrons-

Dallies, 2007). Le fait assez récent est d'envisager « toute situation de travail comme une situation de communication et d'échange » (Mourlhon-Dallies, 2008 : 97). Par ailleurs, une série de lois (la loi du 4 mai 2004, article L. 900-6 du code du travail), d'accords et de manifestations scientifiques en France, soulignent l'importance des formations linguistiques en matière de formation professionnelle (Extramiana, 2007).

La langue au travail et la communication professionnelle ont des caractéristiques spécifiques qui nécessitent une étude interdisciplinaire. Le travail est étudié par les différentes disciplines, telles que l'ergonomie, la psychologie, le droit, l'économie, mais aussi la linguistique (Bevort et al, 2012 : 7-11). Les liens entre le travail et la langue ont beaucoup été étudiés dans le monde Anglo-américain (McCloskey, 1983 ; Royce, 1995 ; Suchman, 1995). L'école de Chicago a évoqué une étude transdisciplinaire de l'activité de travail qui implique : l'ethnologie des techniques, l'anthropologie des sciences, l'ethnographie de la communication et la linguistique pragmatique. Dans les années 1980 il y avait un débat sur la question comment les économistes communiquent entre eux-mêmes et comment avec les autres ? Ce débat a influencé des recherches dans le domaine d'analyse du discours économique par les linguistes. Donald McCloskey, le professeur de l'économie, de l'histoire, de l'anglais et de la communication, avait une grande influence sur l'analyse du discours économique. Son article *Rhetoric of economics* (1983) a attiré l'attention non seulement des économistes, mais aussi des linguistes. Neuf chercheurs des différentes disciplines (sciences du langage, communication, sociologie, psychologie des affaires, sciences de gestion, etc.) se sont réunis pour déterminer la place de la langue dans les affaires et sa part dans le travail.

Royce (1995 : 138) distingue trois catégories de recherches du discours économique :

- micro-structure – concerne les recherches principalement sur le lexique, la syntaxe et l'aspect interculturel ;
- macro-structure – concerne les recherches principalement sur l'analyse des genres et les stratégies des politesses ;
- études de l'éducation – concerne les techniques d'enseignement, la conception des plans et la description des cours.

Le rôle de la langue au travail est également étudié dans le monde francophone (Lafont, 1978 ; Boutet, 1997b, 1988 ; Grosjean et Lacoste, 1999). Le réseau pluridisciplinaire *Langage et Travail*¹⁷ a joué un rôle important dans le domaine de la réflexion et de la recherche sur les pratiques langagières en situation de travail. Les travaux du réseau ont mis en évidence la multiplicité des fonctions qui lient le langage avec le travail (Bozerix 2001; Fraenkel, 2001; Grosjean, 2001 ; Boutet, 2001, 2008). Ces auteurs ont montré que « la part langagière du travail » augmente et que *travailler*, de plus en plus signifie *parler, lire et écrire*. Boutet et Gardin (2001 : 111) constatent qu'il existe :

« ... un rapport étroite à l'activité de transformation productive inhérente, quelle qu'en soit la nature, au travail humain; une intrication entre sémiotiques ; un déploiement du langage dans l'ensemble de ses dimensions anthropologiques [...] Contrairement à d'autres pratiques langagières, ces discours au travail ne peuvent être isolés de l'ensemble des activités non langagières qui structurent et organisent le travail humain. Plus encore, ces pratiques langagières constituent un véritable programme d'action qui guide et oriente l'activité à venir. »

Lacoste (1995, 2005 (2001)) distingue trois types de relations entre la langue et le travail :

- La langue qui se réfère au travail accompli, lorsqu'il est nécessaire de commenter et d'expliquer ce qui a déjà été fait ;
- L'utilisation de la langue dans le cadre d'une profession où la langue réalise des affaires.

Les didacticiens, de leur côté, doivent prendre en mesure le changement dans l'élaboration des programmes devant la demande pour la formation du public professionnel. Les recherches de l'Université de Genève, sous la direction de Jean – Paule Bronckart ont joué un rôle important dans la réalisation et l'interprétation des

¹⁷Le réseau « Langage et Travail » est créé en 1986 et il est consacré à une recherche interdisciplinaire qui conjoint la science du travail et la science du langage : la communication, la sociolinguistique, la psychologie, la sociologie, l'ergonomie et la gestion. Pour plus d'information voir le lien : <http://www.langage.travail.crg.polytechnique.fr/index.php> [03.09.2011.]

activités du travail et d'intégration des compétences linguistiques d'une manière cohérente avec les compétences professionnelles (Filliettaz et Bronckart, 2005). Laurent Filliettaz focalise ses recherches dans les études des rapports entre le langage et le travail et dans le domaine de la formation des adultes (Filliettaz, 2002, 2006b, 2009b).

1.6. Français spécialisé dans le domaine d'économie

Depuis l'ère du français fonctionnel, on n'enseigne plus la langue, mais des emplois de la langue particulière. Alors, on peut rencontrer les notions telles que le vocabulaire spécialisé, la langue des spécialités, le français de spécialité, les textes spécialisés et le discours spécialisé (Mourlhon-Dallies, 2008 : 23-31 ; Gambier, 1998). Sophie Moirand a écrit plusieurs articles sur l'analyse du discours spécialisé (Moirand, 1988, 1990b ; Moirand, et Peytard, 1992). Ensuite, au début des années 1990, elle a créé le *Centre de recherche sur les discours ordinaires et spécialisés* (CEDISCOR). Après les années 1990, les études se concentrent sur les situations de communication et l'introduction de l'analyse du discours.

« Analyse des discours spécialisés permet donc de mettre en évidence leurs caractéristiques, linguistiques, pragmatiques, etc. et de les situer dans une pratique professionnelle ou disciplinaire, afin de cibler des compétences que les apprenants doivent acquérir pour maîtriser ces discours. » (Carras at al., 2007 : 39)

Pour reprendre les paroles de Pierre Lerat (1995 : 18, 19), le français d'économie et du commerce n'est pas une sorte de langue, mais « l'usage du français pour rendre compte de connaissances » en matière d'économie et de commerce. Ses connotations sont partagées également par les citoyens moyens. Il existe des terminologies plus spécifiques, « mais toutes ont en commun d'être à leur place dans des discours en langue naturelle qui utilisent dans une large mesure cette langue et en supposent la maîtrise (...) ». Pour Cabré (1994 : 591) :

« Les textes spécialisé se différencient des textes généraux par des aspects qui font référence à la terminologie, alors que la terminologie confère à ces textes des caractères particuliers. »

On peut constater que ce n'est pas « la langue qui est spécialisée », mais son usage. Il n'y a pas de « langue économique et commerciale », mais de « discours économique et commercial ». Le français spécialisé dans le domaine d'économie ne représente pas un sous-système de la langue générale, mais l'utilisation plus fréquente de certains termes et de certaines structures langagières.

« Si les langues de spécialité comportent une spécificité, cette dernière ne réside pas dans le lexique, ni dans la syntaxe (...), mais elle est à chercher dans les genres de discours spécifiques suscités par chaque domaine professionnel et dans le lien étroit entre langage et action qu'impose le monde contemporain du travail. » (Richer, 2008a : 20)

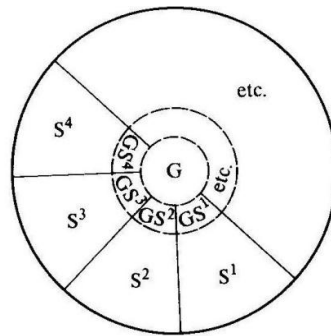
Pour Lerat (1995 : 20), la notion de langue spécialisée est plus pragmatique. « C'est une langue naturelle considérée en tant que vecteur de connaissances spécialisées. » Il redéfinit la langue spécialisée comme :

« ... l'usage d'une langue naturelle pour rendre compte techniquement de connaissances spécialisées (...). La langue spécialisée est d'abord une langue en situation d'emploi professionnel (...). C'est la langue elle-même (comme système autonome) mais au service d'une fonction majeure : la transmission de connaissance. » (Ibidem, 1995 : 21)

Lerat (1995 : 12), redéfinit les langues spécialisées par leur mode d'existence grammaticale et sémantique.

« La première spécificité des langues spécialisées est en effet qu'elles relèvent d'une linguistique de l'écrit, y compris de l'écriture des indices numériques et des symboles, et qu'ici l'oralisation de l'écrit compte autant que le passage de l'oral à l'écrit dans l'apprentissage linguistique proprement dit. La morphologie lexicale adéquate est celle qui conduit d'une base univoque à des formes plus complexes, mais également monosémiques (...) La syntaxe des langues

spécialisées est une syntaxe des groupes de mots, dans une large mesure, du fait du figement relatif de séquences dénominatives usuelles. »



G : Langue générale

GS : Zone de transition entre langue générale et langue spécialisée

S : Langue spécialisée

Schéma 2 : La langue générale et la langue spécialisée

La langue spécialisée se situe autour de la langue générale (voir le schéma 2). Selon Baldinger, la multiple stratification de la langue peut être verticale et horizontale. La stratification verticale est en rapport avec le statut social. Elle part de l'argot, puis vulgaire, populaire ou familière, usuelle générale jusqu'à savante et poétique. La stratification horizontale dépend des différences professionnelles (Baldinger, 1984 : 99-100 ; v. aussi Rivenc, 2003 : 269). Alors, pour illustrer l'implication du modèle de Baldinger, on pourrait prendre l'exemple d'un employé travaillant chez *Michelin* dans le domaine du marketing, qui s'intéresse encore pour le sport. Sur le schéma 3, nous avons présenté son utilisation de la langue spécialisée.

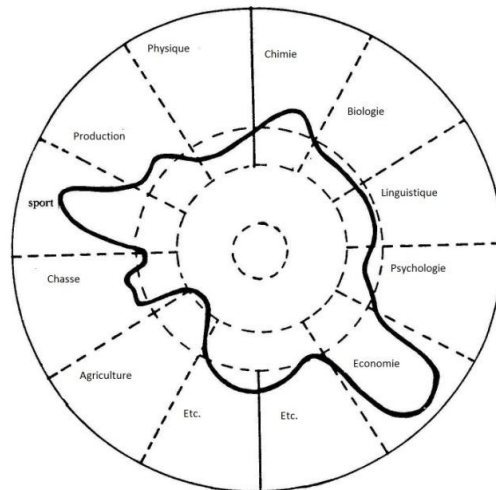


Schéma 3 : L'exemple de la langue spécialisée utilisée par un employé travaillant chez *Michelin*

Il existe encore l'appellation *l'analyse du discours professionnel* (Professional Discourse Analysis). Le français langue professionnelle (FLP) peut être définie en relation avec un contexte économique et politique, par rapport aux publics visés, aux contenus d'enseignement, etc. (Mourlhon-Dallies, 2008 : 68).

« Avec le FLP, l'analyse des discours reste une discipline mère de la didactique des langues, mais le *design* des cours a d'autres filiations, qui ne s'enracinent pas forcément dans le champ des Sciences du langage. » (Ibidem, 2008 : 82-83)

Mourlhon-Dallies (2008 : 311) constate aussi pour sa part que l'analyse des discours spécialisés et l'analyse des écrits professionnels :

« ...ne constitue plus la discipline de référence en amont de la didactique des langues sur objectifs spécifiques : l'analyse des discours et actions, l'analyse conversationnelle, mais aussi l'analyse organisationnelle sont devenues les auxiliaires indispensables à la conception des formations. »

L'analyse du discours joue « un rôle très important dans la méthodologie du FOS » (Cuq et Gruca, 2005 : 368). Le besoin des apprenants à lire des textes de spécialité à contribuer à l'introduction de l'AD à la didactique des langues étrangères (Peytard et Moirand, 1992 : 43). L'enseignant du FOS doit prendre en considération le contenu linguistique et la spécificité du discours professionnel pour que l'apprenant

connaisse les formulations essentielles de la branche concernée. Le *Dictionnaire du travail* définit la langue spécialisée de la manière suivante :

« Les formes linguistiques attestées révèlent l'existence d'une langue écrite opératoire destinée à être échangée par des pairs dans le vif de l'action. Les termes employés sont souvent des abrégés, des mots réduits à quelques lettres ou sigles, accompagnés de symboles. Les énoncés sont elliptiques, ils s'adressent à des initiés et se réduisent à l'essentiel. Souvent les liaisons syntaxiques ne sont pas indiquées. » (Bevort et al., 2012 : 226)

Beacco et ses collaborateurs (2007 : 178) décrivent le but d'analyse du discours dans la didactique des langues :

« Le but des ces analyses est d'identifier les points communs à des textes produits dans les mêmes conditions et, de la sorte, de caractériser les formes du discours dont procède chaque texte, toujours unique cependant. Ces régularités partagées par un ensemble donné de textes peuvent ainsi servir de point de départ à des hypothèses de compréhension locales, puisqu'elles permettent d'anticiper sur le déroulement du texte. »

L'analyse du discours économique et commercial représente un champ très vaste pour la recherche. Avant de passer à l'analyse de notre côté, dans les prochains chapitres nous décrirons les approches qui pourront s'impliquer dans l'analyse du discours économique et commercial.

1.7. Notions du discours et de l'analyse de discours

1.7.1. Texte, énoncé et discours

Aujourd'hui, il est très difficile de traiter des sciences sociales et humaines sans tenir compte de la notion de discours qui est devenue une évidence pour les études interdisciplinaires et multidisciplinaires. Il est possible de rencontrer la notion de discours dans plusieurs disciplines, telles que la philosophie, la psychologie, la linguistique, la sociologie, l'informatique, la rhétorique, la stylistique, la didactique des langues étrangères, etc. Tandis que la linguistique traditionnelle s'intéresse à la structure de la phrase, nous assistons dans les dernières décennies à un intérêt pour l'analyse des façons selon lesquelles les phrases fonctionnent (Bugarski, 1996b : 230 ; Ducrot et Schaeffer, 1995 : 494-497).

Avant de définir le discours et de faire la distinction entre le discours, le texte et l'énoncé, nous considérons qu'il est d'abord nécessaire de souligner encore une fois la distinction entre le langage, la langue et la parole :

« La langue est la condition de parole, son *organon*. La parole est le discours qu'on articule en composant les signes de la langue. *Langue* et *parole* se distinguent comme le fait *universel* et le *singulier*, le système et son utilisation. Le langage est la faculté universelle de parler dont la langue n'est que la réalisation dans une communauté donnée. » (Farago, 1999 : 26)

Selon *Lexique des notions linguistiques* la différence entre la langue et le discours est que :

« ... la langue préexiste nécessairement au discours, c'est-à-dire son emploi ; la langue est une donnée permanente et continue, le discours une mise en œuvre momentanée et discontinue ; la langue est la condition linguistique du discours, en cela elle le régit, et l'opposition langue/discours apparaît comme une opposition de puissance et d'effet. » (Neveu, 2005 : 65)

Les scientifiques de différents domaines cherchent les unités et les structures langagières supérieures à la phrase. Les linguistes étudient la propriété de la langue qui relie les phrases lorsqu'elles sont dans une série. Les ethnographes et les sociolinguistes étudient la structure d'une interaction sociale et surtout les moyens selon lesquels les gens entament un dialogue. Les psychologues font des expérimentations pour examiner le processus mental pendant la communication. Les anthropologues analysent la structure des mythes et des histoires populaires (Cristal, 1987 : 116).

Selon la théorie du dialogisme de Bakhtine, « ... chaque discours entre en dialogue avec les discours antérieurs tenus sur le même objet, ainsi qu'avec les discours à venir, dont il pressent et prévient les réactions » (Todorov, 1981 : 8). Foucault considère le discours comme « un ensemble de faits déterminants pour une histoire discursive de la pensée ». Selon lui, le discours n'est pas limité à un texte ou à un ouvrage, mais se présente comme un « espace de dispersion, de rémanence ou d'effacement d'énoncés » (Charaudeau et Maingueneau, 2002 : 54, 57). Pour C. Fuchs (1994 : 22), le discours est un « objet concret, produit dans une situation déterminée sous l'effet d'un réseau complexe de déterminations extralinguistiques (sociales, idéologique) ».

Le texte et le discours sont souvent pris comme des synonymes. Selon Greimas et Courtès (1993 : 390), « la sémiotique textuelle ne se distingue pas en principe de la sémiotique discursive ». Il est assez difficile de formuler la distinction entre le texte et le discours, car les deux termes s'utilisent dans un sens très large. Comme le texte et le discours sont des termes polysémiques, il est possible de trouver des définitions très différentes. Nous n'en citerons que quelques-unes :

Selon le *Dictionnaire de l'analyse du discours* :

« ... il est préférable de distinguer **texte** et **discours** comme les deux faces complémentaires d'un objet commun pris en charge par la *linguistique textuelle* – qui privilégie l'organisation du cotexte et la cohésion comme cohérence

linguistique (...) et par l'analyse du discours – plus attentive au contexte de l'interaction verbale ... » (Maingueneau et Charaudeau, 2002 : 571)

La grammaire méthodique du français fait aussi la distinction entre texte et discours :

« Le texte, unité de base de la grammaire transphrastique, est un objet empirique oral ou écrit. Il est distingué du discours, produit d'un acte d'énonciation dans une situation d'interlocution orale ou écrite. Le texte et le discours ont été longtemps traités séparément : alors que la grammaire de texte se limitait au départ à la structuration interne du texte, l'analyse du discours prenait en compte les conditions de production du texte, c'est-à-dire la situation d'énonciation et les interactions sociales. » (Riegel et al., 2009 : 1017)

Adam, (1999 : 39) propose la formulation suivante :

DISCOURS = CONTEXTE + TEXTE

Le discours est une notion plus pragmatique qui réunit le texte et son contexte (Cuq, 2003 : 237). Un texte peut avoir plusieurs types de discours et différents modes d'organisation du discours. Le discours s'associe souvent à une forme de langage dirigée vers un but précis. « Le texte est le *produit - résultat* de l'acte de communication. Il est fabriqué avec de la *langue* et du *discours*, mais n'est pas de même nature que ces deux autres composantes. » (Charaudeau, 1992 : 635) Selon Paveau et Sarfati (2003 : 186), le discours « intègre le contexte, *i.e.* les conditions extralinguistiques de sa production, alors que le texte les écarte, se définissant comme arrangement de segments relevant de la dimension linguistique *i.e.* du cotexte ».

Certains linguistes font la distinction entre le texte comme le produit physique et le discours comme un processus dynamique de l'expression et de l'interprétation (Crystal, 2008 : 482) Il n'est pas possible d'interpréter certains éléments linguistiques au niveau de la phrase mais seulement au niveau du discours. Cette difficulté de l'interprétation de la phrase prise isolément a conduit à la naissance de l'analyse du discours.

« ... plutôt que de chercher à rendre compte des éléments de l'interprétation des phrases qui échappent à la linguistique par le recours à des données non linguistiques, les analystes du discours cherchent à en rendre compte à l'intérieur du langage en postulant une entité dotée de pouvoirs mystérieux, le discours. »
(Reboul et Moeschler, 2005 : 41)

Le *Dictionnaire de pragmatique* définit le discours à l'opposition de la langue en tant que « la mise en œuvre effective par le locuteur d'un ensemble de signes socialement institués, mis à sa disposition pour l'expression de la pensée » (Longhi et Sarfati, 2011 : 47). Pour Roulet (1999 : 188), le discours est « tout produit d'une interaction à dominante langagière, dialogique ou monologique, oral ou écrit, spontané ou fabriqué, dans ses dimensions linguistiques, textuelles et situationnelles ».

L'énoncé est une unité linguistique fondamentale, unité minimale de sens. Il est le produit de l'acte d'énonciation et son sens dépend des conditions d'énonciation. Pour Oswald Ducrot la phrase est l'enchaînement syntagmatique virtuel, tandis que l'énoncé est le segment effectivement produit par le locuteur (Paveau et Sarfati, 2003 : 171 ; v. Wilmet, 2003 : 575). L'énoncé est la déclaration indépendante du contexte, et l'énonciation est liée à ce dernier. Tandis que la linguistique s'intéresse à l'énoncé et aux structures du langage, la pragmatique s'intéresse à l'acte d'énonciation.

« Tout énoncé est repéré directement ou indirectement par rapport à la situation d'énonciation où il est produit. Le locuteur met en place le cadre référentiel de l'énoncé à partir d'une situation particulière, qui permet d'identifier les acteurs de la communication et de situer l'énoncé dans le temps et dans l'espace. »
(Riegel et al., 2009 : 969, 970)

1.7.2. Définition de l'analyse du discours

L'*analyse du discours* (AD) est une approche méthodologique des sciences humaines et sociales. Il s'agit d'une approche quantitative et qualitative multidisciplinaire qui étudie le contexte et le contenu du discours oral et écrit. Son domaine d'étude inclut la linguistique, la communication, la sociologie, la psychologie, la philosophie, l'informatique, la didactique, etc. Selon Charaudeau et Maingueneau (2002 : 41-45), l'AD est l'utilisation des éléments du langage afin d'atteindre les objectifs d'interaction sociaux, politiques ou culturels.

Depuis l'Antiquité, la philosophie, la logique et la linguistique traitent les questions d'une analyse objective de la signification des mots. Tandis que les linguistes traitent l'analyse du discours, parce qu'ils s'intéressent aux relations des unités linguistiques dans les informations contextuelles (la structure polyphonique des formes langagières, la pragmatique, les temps verbaux, les marqueurs, etc.), les sociologues, les anthropologues, les psychologues et les économistes s'intéressent à l'influence du discours sur la société, c'est-à-dire à la transformation de la réalité sociale, politique et économique dans le changement du comportement, de la conscience, des habitudes et de l'incitation des émotions.

La description des langages ne peut être valide si elle ne prend pas en compte au moins certains effets obtenus par l'utilisation du langage (Ducrot et Todorov, 1987 : 168). Pour Maingueneau (2005 : 66), l'intérêt de l'AD est :

« ... d'appréhender le discours comme intrication d'un texte et d'un lieu social, c'est-à-dire que son objet n'est ni l'organisation textuelle, ni la situation de la communication, mais ce qui les noue à travers un dispositif d'énonciation spécifique. Ce dispositif relevé à la fois du verbal et de l'institutionnel : penser les lieux indépendamment des paroles qu'ils autorisent, ou penser les paroles indépendamment des lieux dont elles sont partie prenante, ce serait rester en deçà des exigences qui fondent l'analyse du discours. »

L'objet de l'analyse est la langue en fonction du contexte (le discours) qui comprend un ensemble de faits : le contexte situationnel (environnement), le contexte cognitif (expériences individuelles, connaissances, émotions) et le contexte social (histoire, tradition, ambiance culturelle). Tandis que la linguistique étudie la langue pour en décrire le fonctionnement, l'analyse du discours travaille sur les unités linguistiques supérieures à la phrase (les énoncés). L'AD étudie ce que Bakhtine appelle l'*intertextualité*, c'est-à-dire les relations qui existent entre les différentes parties du texte.

« En France, l'analyse du discours, issu du structuralisme et de la linguistique (analyse distributionnelle, grammaire générative et transformationnelle), mais ayant subi la remise en question du translinguistique, notamment par les théories de l'énonciation, se trouve coincée entre la description linguistique à un niveau supérieur à la phrase, et la difficulté à répondre aux demandes interprétatives des sciences humaines. » (Bardin, 1993 : 287-288)

L'AD n'est pas seulement une discipline linguistique, mais sa méthodologie s'applique aussi dans les études : du langage, des médias, de la littérature, des différents aspects de la réalité sociale, culturelle, politique et économique. Actuellement, l'AD sort des formes de l'analyse linguistique et prend une dimension interdisciplinaire. L'aspect d'étude peut avoir une dimension idéologique et cognitivo – psychologique (examen des systèmes de valeur, idéologie, détermination des modèles de comportement, etc.) et une dimension langagière (sémantique, signes déictiques, modalité, style, cohésion, etc.).

Lors de la collecte des données dans la démarche du FOS ou du FS, l'enseignant-concepteur s'informe sur les situations de communication et les discours qui y circulent. De cette façon, il met en évidence les caractéristiques linguistiques et pragmatiques d'une pratique professionnelle et les compétences que l'apprenant doit acquérir pour maîtriser le discours. L'AD permet de cibler certains contenus linguistiques, lexicaux, syntaxiques et morphosyntaxiques (constructions passives, argumentation, etc.) (Carras et al. 2007 : 29, 39 ; Lehmann et al., 1979). Avant d'examiner les diverses approches qui

pourront s'appliquer dans l'analyse du discours du domaine professionnel, il convient de faire un bref aperçu historique sur des recherches antérieures dans ce domaine.

1.8. Racines philosophiques et linguistiques de l'analyse de discours

Les racines de l'AD se trouvent principalement dans la philosophie. Le terme lui-même de « l'analyse de discours » est utilisé pour la première fois dans l'article de Z. S. Harris *Discourse analysis*, publiée en 1952 aux États-Unis dans la revue *Language* (Vol. 28 :1-30). Pourtant, l'étude systématique de la langue comme moyen de communication peut être liée à différents philosophes et linguistes. Selon Ludwig Wittgenstein, la signification des mots et des expressions apparaît au moment de l'énonciation et celle-ci est le résultat d'une utilisation du langage. Cette idée a donné une impulsion à la recherche des fonctions communicatives de la langue.

En outre, les racines de l'AD se trouvent aussi dans le structuralisme et le post-structuralisme. F. Saussure a décrit ce qui sépare le langage du discours, en nommant celui-ci « langage discursif » (Saussure, 2002 : 95 ; v. Ghils, 2007 : 43,59). Le développement de l'AD a été influencé aussi par Karl Buhler et Roman Jakobson avec l'étude des fonctions du langage et la définition de l'acte de communication. Les fonctions du langage représentent la base de plusieurs courants d'études en sciences du langage, tels que le courant énonciatif, pragmatique, sociolinguistique et l'analyse conversationnelle (Dortier, 2010 : 82-84). Chez Chomsky (1969), on trouve les idées de la nature logique du langage et du caractère du discours humain (v. Ivić, 2001 : 8-11 ; Sarfati, 1997). Boutet et Maingueneau (2005 : 17) classent le développement de l'AD en trois périodes (voir le tableau 3) :

Tableau 3: Les périodes du développement de l'analyse du discours

Périodes	Bases théoriques et inspirations	Caractéristiques de la période et réalisations	Représentants
'60	Grammaire générative et transformationnelle (Chomsky) ; Formalistes russes ; Anthropologie et sociolinguistique ; Structuralisme (Saussure); Marxisme (Althusser) ; Psychanalyse (Lacune).	Linguistique joue un rôle important ; École française de l'analyse du discours ; Ethnographie de la communication ; Ethnométhodologie ; Le corpus du discours politique.	Pêcheur Dubois Hymens, Gompers Garfinkel, Snacks Hjelmslev (1968, 1971) Foucault (1966, 1969)
'70	Sciences du langage ; Grammaire textuelle ; Théorie de l'énonciation (Benveniste) ; Pragmatique Bakhtine (dialogisme) ; Philosophie et sémiologie (Peirce)	Psychanalyse du discours ; Interactionnisme ; Analyse conversationnelle ; Constitution de l'AD en discipline ; Extinction du champ d'intérêt à d'autres domaines	Benveniste Ducrot Genette Culioli Tournier Roulet
Après '80	Toutes les recherches précédentes	AD est une discipline interdisciplinaire et transdisciplinaire ; AD joue un rôle important dans les sciences humaines ; Dictionnaire de l'analyse du discours (2002)	Maingueneau Charaudeau Moirand Amossy Adam Sarfati

Tout d'abord, dans les années soixante-dix du XX^{ème} siècle, sous l'influence du structuralisme, où la linguistique joue un rôle important, l'AD rencontre la nouvelle problématique. En France, le développement de l'AD a été influencé, avant tout par le structuralisme littéraire, la sémiotique sous l'influence de Greims, le marxisme sous l'influence d'Althusser et la réfutation de la conception traditionnelle et l'analyse des textes de Michel Foucault.

La seconde période se produit dans les années quatre-vingts. C'est principalement en Europe qu'apparaît la première convergence de l'étude de l'AD et la constitution du champ scientifique de l'AD. Les sciences du langage, telles que la grammaire textuelle, la théorie de l'énonciation et la pragmatique contribuent au sens des ressources et des méthodologies du développement de l'AD. À cette période, l'AD n'est plus axé seulement sur l'analyse du discours politique, mais elle étend son champ

d'intérêt à d'autres domaines, notamment dans l'analyse des médias et dans le langage de la science.

La troisième période commence après les années quatre-vingt-dix, lorsque le champ d'études du discours se développe partout dans le monde et lorsqu'il devient de plus en plus difficile de s'y situer. Van Dijk (1985) a recueilli dans son œuvre *Handbook of discourse analysis* diverses contributions aux AD des différents pays. C'est alors qu'on souligne le caractère interdisciplinaire et transdisciplinaire de l'AD et que le corpus de recherche devient de plus en plus large (Utard, 2004 : 29). Il est possible de distinguer trois tendances en Europe : le formalisme français, l'herméneutique allemande et le pragmatisme anglo-saxon. Paveau et Sarfati (2003 : 202) citent plusieurs objets d'études dans l'AD aujourd'hui, en fonction de différents auteurs :

- la théorisation du discours (Moirand, 1996) ;
- l'analyse textuelle et les genres du discours (Adam, 2011a) ;
- la production des savoirs et des croyances (Sarfati, 2002) ;
- le discours des institutions : de l'église; de l'armée (Paveu) ; de travail (Broncards) ; discours sociaux (Rinn), etc. ;
- les marques énonciatives et l'organisation formelles (Moirand, Beacco), discours reporté (Rosier, 1999).

1.8.1. École française de l'analyse du discours

L'école française de l'analyse du discours est le courant dominant de l'AD dans les années 1960-70 en France (voir le tableau 4). Le résultat des recherches de cette période a été évoqué en 1969 dans le numéro 13 de la revue *Langages*, éditée par J. Dubois et J. Sumpf, sous le titre *L'analyse de discours*. Par ailleurs, M. Pêcheux publie son œuvre *Analyse automatique du discours*, mais sa conception de l'AD n'était pas la même que celle de Harris. À la même époque, Dubois, Chevalier, Mitterrand et Greimas forment la *Société d'étude de la Linguistique Française* et Tournier développe la

*Lexicométrie*¹⁸ politique, méthode qui se base sur l'analyse statistique des données. Le syntagme « analyse du discours » est devenu très vite « analyse de discours » permettant d'analyser des discours (Mazière, 2005 : 21).

Tableau 4 : Les principaux représentants de l'école française

Représentants	Sous l'influence	Attitudes et caractéristiques
Dubois	Structuralistes, plus tard généralistes	Pratique discursive d'une société Procès d'énonciation
Pêcheur	Linguistique structurale	Psychanalyse
Foucault	Éloignement des sciences du langage	Examine les relations des pratiques sociales et discursives

Source : Živković, 2014b : 365

Inspiré d'abord par le structuralisme, puis par les générativistes, J. Dubois a joué un rôle important dans le développement de l'AD en France. Il accordait une attention particulière au processus de l'énonciation. De plus, il s'intéressait au vocabulaire social et politique et à l'inscription sociale de la langue.

Michel Pêcheux fut l'un des principaux représentants des analystes du discours en France dans les années soixante-dix. Il s'est d'abord intéressé à la linguistique structurale et à la psychanalyse, puis il s'est éloigné du structuralisme pour développer une théorie d'interdiscours dans laquelle il essaie de tenir compte de la lutte idéologique. Sa contribution la plus importante à l'AD consiste dans le développement d'outils pour la réalisation d'études empiriques de discours. Il développe aussi une théorie du langage sur la base de *l'analyse automatique du discours* (AAD)¹⁹ qui consiste dans la décomposition des textes en phrases que l'ordinateur classe ensuite par domaines.

¹⁸La *lexicométrie* n'est pas une théorie, mais une méthodologie systématique et automatisée pour l'étude du discours. Elle est aussi connue comme la *statistique linguistique* (statistique lexicale) ou la *linguistique quantitative* (la statistique textuelle et l'analyse des données linguistiques) (Charaudeau et Maingueneau, 2002 : 342).

¹⁹Michel Pêcheux a commencé en 1969 *l'analyse automatique du discours* (AAD) en essayant de lier le discours et l'idéologie de son temps. Avec le développement de l'informatique, cette approche obtient une nouvelle dimension. Les objectifs de la recherche statistique dépassent un simple calcul de la fréquence de certains mots en s'intéressant plus aux réseaux associatifs qui existent dans le texte. Cette nouvelle recherche a contribué à la recherche au laboratoire de lexicométrie dirigé par Maurice Tournier. Cette méthode a contribué aussi au développement de la sémiotique des textes littéraires du groupe GRELIS. Pour plus d'information voir le lien :

http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/mots_0243-6450_1982_num_4_1_1053
[24.05.2012.]

Comme théoricien du discours et de l'idéologie, Pêcheux est connu également hors des frontières de la France.

En outre, il faut mentionner les recherches qui viennent d'autres domaines, comme celles dirigées par Foucault. Contrairement à J. Dubois et M. Pêcheux, il ne s'appuie pas sur la linguistique. Ce qu'il appelle « le discours » n'a rien à voir avec l'utilisation de la langue. Bien qu'il n'appelle pas ses recherches *analyse du discours*, en publiant son œuvre *Archéologie du savoir* (1969), il a établi un cadre théorique et méthodologique pour l'AD contemporaine. Il a ouvert de nouveaux horizons dans l'analyse des relations de discours en examinant la pratique discursive et sociale. En tant que poststructuraliste, Foucault s'intéresse particulièrement aux moyens de la structuration de la subjectivité. Il analyse l'apparition du discours, ses relations, son changement et sa disparition. Selon lui, la personne elle-même, en tant que sujet, est déterminée dans le texte. Par ailleurs, il souligne que l'origine et la signification de l'énoncé ne dépendent pas de l'intention du sujet. De nombreux théoriciens croient que l'analyse des structures de pouvoir de Foucault pourrait contribuer à la lutte contre les inégalités. Ils affirment que grâce à l'AD, les hiérarchies peuvent être découvertes et remises en question.

1.9. Diverses approches de l'analyse du discours

L'enseignement du FOS/FS nécessite la maîtrise de la méthodologie de l'AD. Situées à l'intersection des sciences sociales, l'AD et la pragmatique s'interpénètrent dans plusieurs directions. Chaque analyste part de différents corpus d'analyse ayant des objectifs différents, d'où autant de diverses approches et de différentes méthodes d'analyse du discours (voir le tableau 5). En outre, il existe encore différents facteurs qui influencent le développement de l'AD : différentes traditions et cultures scientifiques, différentes écoles d'analyse du discours et différents discours à analyser tel que le discours politique, le discours médiatique, le discours économique, etc. Comme Bonnafous et Temmar (2007 : 2) constatent :

« Le nombre croissant d'ouvrage sur l'analyse du discours témoigne ainsi de la vitalité de ce domaine qui a su s'interagir avec l'essor de disciplines nouvelles telles que les sciences de l'information et de la communication. »

Tableau 5 : Les différentes approches de l'analyse du discours

Approches	Bases théoriques	Représentants	Caractéristiques
Enonciative	Bally 1965 (1932), Saussure, Benveniste (1966), Énoncé et énonciation (Dubois, 1969).	Benveniste (1966), Culioli (1990-1999), Ducrot (1984, 1985), Kleiber (2011), Kerbrat-Orecchioni (1980), Maingueneau.	Théorie de l'énonciation ; Linguistique de l'énonciation ; Événement constitué par l'apparition d'un énoncé ; Une autre typologie des localisateurs temporels et spatiaux (classement en fonction du moment de l'énonciation) ; Déictiques, mémoire discursive, situation d'énonciation.
Communicationnelle ou fonctionnel	Le schéma de la communication linguistique selon Jakobson (1963).	Hymes, Kerbrat-Orecchioni.	Compétence communicative ; Deux sphères de l'émetteur et du récepteur ; Tout discours dépend des circonstances de communication particulière.
Conversationnelle et Interactionnelle	Sociologie, ethnographie de la communication (Gumperz et Hymes, 1972), interactionnalisme symbolique (Goffman, 1974) et ethnométhodologie (Heritage, 1995).	À Genève (Roulet et al.) À Lyon (Kerbrat-Orecchioni, Bange et Cosnier) Vion	Analyse hiérarchique à différents niveaux (interaction, structure, connectivité), et analyse fonctionnelle ; Lien avec la pragmatique ; Gestion constante des actions de la conversation par locuteur et interlocuteur Concept de régulation et co-action
Dialogisme et polyphonie	Bakhtine ((1929), 1977) (Todorov).	Genette Ducrot Moirand	Tout énoncé est en interaction avec d'autre énoncé ; Distinction du sujet parlant, locuteur et énonciateur.
Sociolinguistique	Sociolinguistique interactionnelle (Gumperz), approche variationniste (Labov, 1976), les rituels sociaux (Bourdieu, 1982).	Cohen, Marcellesi et Gardin, Boutet et Maingueneau.	Utilisation des différents codes linguistiques selon les caractéristiques sociales des interlocuteurs.
Sémiotique	Sémiologie (Saussure) et Sémiotique (Peirce).	Charaudeau	Étude de la structure et du sens de la langue
Analyse critique du discours	Théorie sociale de Marx, Althusser, Foucault et Bourdieu.	Fairclough Toolan Van Dijk	Analyse de discours critique des problèmes sociaux complexes

Source : Živković, 2014b : 366

1.9.1. Approche énonciative

La linguistique énonciative analyse la langue dans son utilisation, elle étudie les faits de la parole, c'est-à-dire la production des énoncés par les locuteurs dans une situation de communication.

« L'énonciation, acte de production linguistique, s'oppose à l'énoncé, résultat de cette production. On peut la définir comme *l'actualisation des phrases dans une situation précise*. » (Baylon et Fabre, 2012 : 45)

Plusieurs auteurs ont traité de la problématique de l'énonciation linguistique : Benveniste s'est intéressé aux *déictiques*,²⁰ Austin aux performatives, Ducrot aux concepts d'implication et de présupposition et Kerbrat-Orecchioni au subjectivisme (Kerbrat-Orecchioni, 1980). Les racines de la notion d'énonciation se trouvent encore chez Bakhtine-Volochinov (1977 (1929)). Pour lui, le signe n'existe que dans son fonctionnement social. Cependant, il ne distingue pas l'énoncé de son énonciation, qui est un lieu de parole :

« Toute énonciation, quelque signifiante et complète qu'elle soit par elle-même, ne constitue qu'une fraction d'un courant de communication verbale interrompu (touchant à la vie quotidienne, la littérature, la connaissance, la politique, etc.) Mais cette communication verbale interrompue ne consiste à son tour qu'un élément de l'évolution tous azimuts et interrompue d'un groupe social donné. » (Bakhtine, 1977 (1929) : 136)

Actuellement, l'approche d'énonciation se rattache principalement à Émil Benveniste, qui se considère comme le fondateur de la théorie de l'énonciation. Benveniste (1974) se base sur l'approche du discours de Saussure, mais il fait une distinction de base entre la sémiotique (la langue en tant que système) et la sémantique

²⁰ Les déictiques désignent l'identification langagière des paramètres de la situation d'énonciation. Ce sont des expressions dont le référent ne peut être déterminé que par rapport aux locuteurs (Ducrot et Todorov, 1987b : 149). Pour Benveniste, c'est l'intrusion de la parole dans le discours, parce que leur signification ne peut être définie que par leur utilisation (Ibidem, 1987b : 150). Jakobson de son côté utilise le terme *embrayeur*.

(la linguistique d'énonciation). Il a divisé la linguistique en trois domaines : la linguistique des systèmes (sémiotique), la linguistique d'énonciation (sémantique) et la translinguistique du texte (metasémantique) dont la linguistique d'énonciation prend la place centrale (Adam, 2008). Au centre de cette analyse se situe la transition de l'analyse linguistique vers l'analyse de l'utilisation de la langue.

« L'énonciation est cette mise en fonctionnement de la langue par un acte individuel d'utilisation. Le discours, dira-t-on, qui est produit chaque fois qu'on parle, cette manifestation de l'énonciation, n'est – ce pas simplement la « parole » ? – Il faut prendre garde à la condition spécifique de l'énonciation : c'est l'acte même de produire un énoncé et non le texte de l'énoncé qui est notre objet (...) La relation du locuteur à la langue détermine les caractères linguistiques de l'énonciation. » (Benveniste, 1974 : 80)

Le concept central de l'œuvre de Benveniste est la distinction entre l'énoncé et l'énonciation. Cette distinction permet de percevoir la langue elle-même comme le discours, ce qui représente l'utilisation réelle de la langue. Son idée à propos de l'énonciation se base sur l'orateur – *moi* et les coordonnées spatio-temporelles (ici - maintenant). D'une certaine manière, il articule la linguistique et l'extralinguistique. Cette théorie suit la théorie générale des indicateurs linguistiques (Benveniste, 1966 : 239).

La problématique de la théorie proposée par Benveniste a conduit les autres chercheurs à redéfinir l'énonciation, ce qui a débouché sur l'élargissement de l'application de la théorie de l'énonciation. Pour Ducrot, l'énonciation est définie comme un événement correspondant à la production de l'énoncé (Ducrot et Schaeffer, 1995 : 603). Culioli définit la théorie énonciative du langage à partir des trois niveaux de représentations : 1) les représentations mentales ; 2) les représentations linguistiques et 3) la construction explicite des représentations métalinguistiques, celles qui font les objets métalinguistiques (*lexis* et *notins*). Il insiste sur la caractéristique fondamentale de la situation d'interlocution qui l'amène à définir la co-énonciation (Culioli, 1990 : 14, 24).

Chez Kleiber, ce n'est plus seulement le moment, le lieu et les participants qui font le cadre déictique, mais aussi les objets qui existent dans la situation d'énonciation. Selon Kleiber ces éléments peuvent avoir une présence mentale ou physique, appelée aussi *la mémoire discursive*²¹ d'énonciateur (les mêmes connaissances qui existent entre l'émetteur et le récepteur). Pour Kerbrat-Oricchioni (2009 : 32), l'énonciation est « l'ensemble des phénomènes observables lorsque se met en branle, lors d'un acte communicationnel particulier ». Elle fait une distinction concernant le moment de l'énonciation, selon qu'il s'agit d'une simultanéité, d'une antériorité, d'une postériorité ou d'une situation de neutralité. Sa théorie propose une typologie différente des localisateurs temporels et spatiaux.

Dans tout type de discours, il y a une situation d'énonciation. La situation de l'énonciation est constituée des paramètres (*deixis*) qui permettent la communication, tels que le locuteur, l'interlocuteur, le lieu et le moment de l'énonciation (Paveau et Safrati, 2003 : 172). Aujourd'hui encore, la définition de l'acte de l'énonciation et la situation d'énonciation représente une phase inévitable dans l'AD et dans la didactique des langues étrangères (Maingueneau, 1999).

« La théorie de l'énonciation et l'approche communicative vont mettre en valeur le discours (ses figurations orales et écrites) et faire travailler linguistes et auteurs sur sa spécificité. Ceux-ci proposent dans leurs manuels des exercices sur la situation de communication (et le type de discours), sur les modes d'organisation du discours (et les intentions énonciatives du locuteur/scripteur), sur la langue (et ses registres). » (Robert, 2008 : 73)

La définition de la situation d'énonciation est très importante dans la démarche du FOS/FS. Les apprenants doivent être capable de reconnaître et de répondre aux questions telles que : *qui parle* ou *qui écrit ?*, *où ?*, *quand ?*, *quoi ?*, *comment ?* (*par quel canal ?*), *à qui ?*, *pourquoi ?*, *dans quel but ?* Une des étapes de la communication professionnelle efficace comprend l'identification du public cible et la détermination des

²¹Maingueneau (1984 : 131) décrit un double mémoire : *externe* (antérieur à la formation discursive) et *interne* (à l'intérieur de la formation discursive). Pour S. Moirand (1999 : 173) *une mémoire interdiscursive* fonctionne sous le régime de l'allusion et elle participe à l'interprétation des événements. Charaudeau (2000) distingue une mémoire du discours, une mémoire de la situation de communication et une mémoire des formes.

objectifs de la communication. Par exemple, dans la démarche du marketing ou de la prospection, en fonction du moment, du lieu et de l'auditoire, le communicateur décide ce qu'il va dire, comment le dire, quand le dire, où le dire et à qui le dire (Coutler et al, 2007 : 730). En écrivant une lettre officielle ou un rapport administratif, il est aussi important de définir la situation d'énonciation : *qui écrit ? , où ? , quand ? , à qui ? , dans quel objectif ?*

1.9.2. Approche communicationnelle

Comprendre le discours ne signifie pas seulement extraire ou réunir des informations afin qu'elles puissent s'intégrer à ce que nous savons déjà. Il est nécessaire aussi d'identifier la fonction de l'information dans une situation où le discours est apparu. Chaque discours dépend des circonstances d'une communication particulière. Certains auteurs soutiennent la théorie que nous n'arrivons pas du tout à communiquer, et comme preuve, ils citent les malentendus, les mauvaises interprétations ou les incompréhensions. D'autres estiment qu'il n'est pas possible de ne pas communiquer et que l'objectif de la communication humaine est principalement de produire et d'interpréter le sens (Charaudeau et Maingueneau, 2002 : 111).

L'approche communicationnelle a été créée dans le cadre des travaux de Jakobson (1963 : 214) sur le fonctionnement de la communication. Même si diverses théories mettent en cause son schéma de communication aujourd'hui, il représente la base de l'analyse de la communication. Kerbrat-Orecchioni (2009 : 21-23) approfondit la théorie de Jakobson avec deux principes liés à l'émetteur et au récepteur :

- Les déterminants psychologiques et psychanalytiques jouent un rôle important dans les opérations d'encodage et de décodage ;
- Les compétences idéologique, culturelle ou encyclopédique impliquent l'ensemble de connaissances qu'émetteur et récepteur possèdent sur le monde.

Pour la démarche du FOS/FS dans le domaine d'économie et de la gestion, il est nécessaire que les apprenants maîtrisent bien les compétences communicatives (voir § 4.5.) Tout le travail des gestionnaires est lié à la communication. Communiquer, c'est accomplir des tâches. Par exemple, le gestionnaire ne peut pas prendre une décision sans avoir des informations. Lorsqu'il prend une décision, il doit de nouveau établir une communication avec les employés pour transmettre cette information. La meilleure idée, la proposition la plus créative, le meilleur plan ou le travail le plus efficace ne peuvent pas être obtenus sans communication (Robbins et Coutler, 2005 : 256).

« ... pour communiquer, il ne suffit pas de connaître la langue, le système linguistique ; il faut également savoir comment s'en servir en fonction du contexte sociale. » (Baylon et Fabre, 2012 : 192)

Comme nous venons de mentionner dans les chapitres précédents, pour une communication professionnelle, il est nécessaire de comprendre aussi le domaine de l'expérience des clients. Pour que la transmission du message dans la communication professionnelle ait le plus de succès, le processus d'encodage de l'émetteur doit être en conformité avec le processus de décodage du récepteur, ce qui signifie que le meilleur message est composé des mots connus du destinataire. Plus l'expérience de l'émetteur coïncide avec l'expérience du récepteur, plus le message aura de succès (Coutler et al, 2007 : 730 ; Rakić, 2005 : 590).

1.9.3. Approche conversationnelle

L'analyse conversationnelle (*Conversational analysis – CA*) est une méthode d'étude de la structure et du processus de l'interaction sociale entre les gens, ainsi que la cohérence de la conversation séquentielle. Il s'agit d'une étude empirique inductive qui contraste souvent avec l'approche déductive de l'analyse du discours. Elle se concentre principalement sur la conversation verbale, mais elle intègre également les aspects non-verbaux. L'intérêt pour l'analyse conversationnelle augmente depuis les années soixante-dix. Elle est issue des trois grands courants : l'*interactionnalisme symbolique*²²,

²² L'*interactionnalisme symbolique* est une perspective sociologique, dérivée du pragmatisme américain. Selon Blumer, les gens agissent envers les choses sur la base du sens que ces choses ont pour eux. Ces

l'*ethnométhodologie*²³ et l'*ethnographie de la communication*.²⁴ Les principaux représentants sont les sociologues H. Sacks, E. A. Schegloff et G. Jefferson qui observaient les mécanismes de la circulation de la parole.

Les ethnométhodologues définissent la conversation comme « une instance de base de la vie sociale, une véritable institution qui pénètre toutes les relations sociales » (Vion, 2000 : 53). Paul Grice décrivait la problématique de la conversation dans ses œuvres *Logical Conversation* (1975) et *Further Notes on Logic and conversation* (1978). Selon lui, la signification réside dans la communication entre les locuteurs (v. Zufferey et Moeschler, 2012 : 105). Le développement de la sociolinguistique a contribué à faire que la langue se considère comme une interaction sociale. L'analyse du discours politique, du discours dans les médias ou du discours publicitaire, montre la mise en œuvre d'une combinaison de la signification implicite et explicite.

En France, l'analyse conversationnelle s'est développée principalement à Lyon, sous la direction de C. Kerbrat-Orecchioni, P. Banz et J. Kosnierom. C. Kerbrat-Orecchioni (1990, 1992, 1996, 2005) et le représentant suisse É. Roulet et leurs collaborateurs, développent l'analyse conversationnelle sur la base théorique des conversationnalistes Hymes, Heritage, Goffmann et autres. Ils sont partis de l'hypothèse que la conversation se déroule constamment grâce aux activités coordonnées du locuteur et d'interlocuteur. Le concept de régulation et de coaction est au centre de leur intérêt. Les recherches de l'école suisse se basent sur le modèle proposé par Roulet (1985). Ce modèle examine d'une part les stratégies mises en œuvre par les interlocuteurs, et d'autre part, le processus de création des conditions pour l'interprétation et l'adaptation, ce qui détermine l'articulation du discours (Roulet et al, 1991 : 196-199). Deux principes conditionnent les différentes restrictions qui permettent de comprendre la structure et le

significations sont issues de l'interaction sociale modifiée par l'interprétation. Par ailleurs, J.-P. Bronckart (1996a) présente l'interactionnisme socio-discursif et il fait l'analyse du statut de l'activité langagier.

²³L'*ethnométhodologie* puise ses racines dans l'école de Chicago. Il s'agit d'un courant de sociologie fondée par H. Garfinkel en 1959, qui a influencé plus tard l'analyse de la conversation. Les techniques utilisées dans l'ethnométhodologie se basaient sur un ensemble de données obtenues uniquement en observant les participants dans une situation particulière et puis par l'analyse de leurs activités au cours de l'interaction (Charaudeau et Maingueneau, 2002 : 237).

²⁴L'*ethnographie de la communication* est principalement intéressée par les liens entre la langue et le contexte social. Son objectif est la recherche des conduits discursives (ibidem, 2000, 235).

fonctionnement du discours : l'*exhaustivité interactionnelle* (tout discours force ses participants à rencontrer le rite de l'ouverture, de la fermeture et de la satisfaction afin d'atteindre un accord mutuel) et l'*intégralité interactive* (réalisé après l'échange).

Inspiré par la théorie cognitive de la communication de Sperber et Wilson (1986), A. Reboul et J. Moeschler (2005) développent une approche conversationnelle qui repose sur les notions de *pertinence* et de *cohérence*. La notion de pertinence conditionnelle illustre le fait que ce qui relie les parties des paires voisines n'est pas la règle de la bonne formation, mais l'établissement des attentes spécifiques auxquelles il faut répondre. La cohérence n'est pas un principe ou une condition organisationnelle de la conversation, mais le résultat d'un certain nombre d'attentes interactionnelles. L'approche conversationnelle utilise les enregistrements audio ou vidéo réalisés à partir de l'interaction naturelle pour décrire les structures et les pratiques de l'interaction sociale.

Comme il est déjà mentionné dans les chapitres précédents, le rôle de la langue et de la conversation dans le travail a une place croissante dans le fonctionnement quotidien. L'un des premiers stratèges, Henry Mintzberg a découvert que les gestionnaires consacrent entre 50 % et 90 % de leur temps dans la conversation (Bojanić, 2010 : 129, 132). Dès lors, l'approche conversationnelle peut impliquer pour l'analyse des conversations professionnelles : les négociations, la prospection par téléphone ou la prise de rendez-vous. Kerbrat-Orecchioni (2005 : 103) définit la négociation conversationnelle comme :

« ...tout processus interactionnel susceptible d'apparaître dès lors qu'un différend surgit entre les interactants concernant tel ou tel aspect du fonctionnement de l'interaction, et ayant pour finalité de résorber ce différend afin de permettre la poursuite de l'échange. »

Le terme *négociation* désigne une forme d'activité langagière. Chaque négociation comprend au moins deux négociateurs, un objet à négocier, un état initial (désaccord entre les interactants), la mise en œuvre de procédures pour résoudre le désaccord et l'état final (issue de la négociation qui peut être une réussite ou un échec.

L'aboutissement idéal de la négociation est lorsque les participants modifient leurs positions initiales et arrivent à un compromis. Le ralliement spontané est lorsqu'un participant accepte de s'aligner sur la position de l'autre). Les conditions pour la négociation sont qu'il existe un désaccord et qu'il y ait une orientation vers l'accord. Les négociations commerciales ou diplomatiques (appelées souvent interactions commerciales ou diplomatiques) se déroulent en principe dans les contextes institutionnels. L'objectif principal de la négociation est d'obtenir un accord plus ou moins litigieux (Kerbrat-Orecchioni 2005 : 94-97). Bien que notre corpus ne contienne pas les enregistrements des négociations, elles sont extrêmement importantes dans la communication professionnelle, ce qui peut représenter l'objet d'une autre recherche.

1.9.4. Approche interactionnelle

L'interactionnisme est un courant de la sociologie américaine qui étudie la façon dont les individus agissent dans la société. Issue d'ethnométhodologie, l'analyse conversationnelle constitue la première étude sur l'interaction. L'approche interactionnelle apparaît avec l'ethnographie de la communication de Hymes et la sociolinguistique interactionnelle de Gamperz (Vion, 2000 : 181). En partant de l'ethnométhodologie, l'analyse conversationnelle représente la première génération de l'étude d'interaction. L'interaction se réfère à toute action conjointe réciproque qui met en présence deux ou plusieurs acteurs. Les nombreuses disciplines liées à la linguistique s'intéressent à l'interaction, telles que la sociolinguistique, la psycholinguistique et la pragmatique.

Analyse du discours en interaction - ADI vise à étudier la conversation du point de vue de tous les types d'échanges langagiers réalisés dans le contexte institutionnel. L'analyse du discours en interaction entretient un lien très étroit avec l'analyse du discours «classique». C'est une approche qui étudie l'interaction sociale, englobant à la fois la conduite verbale et non-verbale dans les situations de la vie quotidienne (Kerbrat-Orecchioni, 2005 : 14). Les données recueillies pour l'analyse conversationnelle sont des conversations enregistrées sous la forme vidéo ou audio. Ces enregistrements se

construisent ensuite sous la forme d'une transcription détaillée permettant de trouver des modèles récurrents d'interaction.

É. Roulet (1999, 2001) a développé un modèle qui permet le fonctionnement du discours en créant des liens entre les différents énoncés. Cette structure permet une analyse à différents niveaux (interaction, structure et connectivité), et en particulier l'analyse des liens entre ces niveaux. L'approche interactionnelle s'associe souvent avec la pragmatique et surtout avec les actes de langage. L'analyse peut être *hiérarchique* et *fonctionnelle*. L'analyse hiérarchique se compose de trois niveaux principaux : l'acte du langage, les échanges (la plus petite unité d'interaction comprenant au moins deux des actes de parole produits par deux différents locuteurs) et l'intervention (partie intégrante de l'échange, simple ou complexe, selon le nombre de participants à la conversation). Les relations entre ces différents éléments, en particulier les liens entre les interventions, font l'objet d'une analyse fonctionnelle qui indique la fonction illocutoire relative à chaque élément de l'échange.

Pour aborder la typologie des interactions, Vion (2000 : 124-139) définit certains critères :

- les interactions entre les acteurs qui ne sont pas sur le même niveau hiérarchique (chef/employeur) : consultation, enquête, entretien, etc.
- un rapport égalitaire entre les acteurs : conversation, discussion, débat, dispute, transaction (vendeur client), etc.

La contribution la plus importante de l'AD aux sciences sociales se reflète dans la compréhension du domaine interpersonnel. L'analyse des interactions est « un passage obligé pour le didacticien » (Mourlhon-Dalies, 2008 : 107). L'approche interactionnelle peut être appliquée pour l'analyse de la communication interpersonnelle qui représente une partie intégrante de la communication d'entreprise. Elle comprend l'étude des interactions communicationnelles qui établissent des contacts avec d'autres personnes, soit directement, soit par le biais de l'assistance technique (téléphone, ordinateur, etc.).

« Dans l'interaction, au moins deux acteurs participent à un échange oral et/ou écrit et alternent les moments de production et de réception qui peuvent même se

chevaucher dans les échanges oraux. Non seulement deux interlocuteurs sont en mesure de se parler mais ils peuvent simultanément s'écouter (...) On accorde généralement une grande importance à l'interaction dans l'usage et l'apprentissage de la langue étant donné le rôle central qu'elle joue dans la communication. » (Conseil d'Europe, 2000 : 18)

La capacité à gérer les interactions de la vie quotidienne appartient aux compétences pragmatiques que nous aborderons dans les chapitres suivants (voir §4.9) (v. Bange et al., 2005). Les activités communicatives de l'interaction peuvent être :

- Orales – communiquer sous différentes formes : conversation, discussion formelle et informelle, coopération à visée fonctionnelle, obtention des biens et des services, échanges d'information, entretien d'embauche.
- Ecrit – correspondance, échange des notes, des messages, participation à un forum en ligne (Rosen et Reinhardt, 2010 : 46).

En effet, une communication professionnelle est, avant tout, un échange entre les personnes. Pour pouvoir convaincre l'interlocuteur, il faut savoir observer, comprendre et s'intéresser à ses préoccupations et ce qui comprend obligatoirement – l'interaction (Alonso et al., 2008 : 181 ; Breton, 2008 ; Mondada, 2006). Par exemple, au cours des dernières années de plus en plus on assiste à l'expansion de la *Communication Marketing intégrée* (CMI²⁵) qui consiste en l'identification du public cible et ses besoins. C'est la raison pour laquelle le processus de communication doit commencer par la prise en compte de toutes les interactions potentielles que les clients peuvent atteindre avec le produit ou avec l'entreprise (Coutler et al, 2007 : 728 ; Koprivica, 2008 : 252). Si quelqu'un veut acheter un produit, il évoquera ce sujet avec les autres, il lira des articles, il visitera les sites Web, les forums etc. Dans ce cas, il est nécessaire de comprendre comment ces expériences communicationnelles affecteront le consommateur, et ainsi choisir un moyen adéquat de la communication. Les réunions d'affaires internationales se basent aussi sur le concept de la connexion directe des

²⁵L'acceptation de l'idée, que la promotion et la commercialisation devraient être fondées sur les besoins et les désirs des consommateurs, fonde l'idée principale de CMI (en anglais, IMC - *Integrated Marketing Communications*).

entreprises par le biais des réunions²⁶ planifiée en avance B2B ou B2C. Selon G. Mercelot (2006 : 41) :

« ... l'étude de la négociation commerciale, (...) et son analyse selon l'approche interactionnelle, devrait nous permettre de relever les éléments significatifs linguistiques langagiers et culturels qui font actuellement défaut à la didactique de l'oral dans le cadre du FOS. »

1.9.5. Dialogisme et polyphonie

Le *Dialogisme* et la *polyphonie* sont les notions traitées tout d'abord par le théoricien soviétique Mikhaïl Bakhtine dans son ouvrage *Le marxisme et la philosophie du langage* (1929). Depuis les années 1960, sa théorie devient centrale dans le domaine des sciences du langage. Grâce à la synthèse de son travail réalisé par Todorov, Bakhtine a influencé les linguistes français avec sa théorie.

Le dialogisme est la dimension interactive du langage qui fait partie de l'essence du discours comprenant plusieurs voix dans une énonciation, c'est-à-dire les formes de la présence de l'autre dans le discours. Tout discours comprend déjà quelque chose qui est dit auparavant. Le discours n'est pas une entité homogène, mais une entité croisée avec la présence de l'autre. Tout énoncé est en interaction avec d'autres énoncés, car nous utilisons les mots qui ont été déjà utilisés par un autre énonciateur. Cela signifie que le discours est traversé par l'altérité en permanence. D'autre part, chaque fois lorsque nous prenons la parole nous sommes en quelque sorte dans une situation de dialogue.

« L'orientation dialogique du discours est, naturellement, un phénomène propre à tout discours. C'est la fixation naturelle de toute parole vivante. Sur toutes ses voies vers l'objet, dans toutes les directions, le discours en rencontre un autre, « étranger », et ne peut éviter une action vive et intense avec lui. » (Bakhtine, 1978 (1935) : 102)

²⁶Ces réunions sont généralement organisées dans le cadre de certains événements, salons ou foires. La liste des événements est présentée sur le lien :

<http://een.ec.europa.eu/tools/services/EVE/Event/ListEvents> [21 janvier 2015]

L'élément principal de la théorie bakhtinienne est l'interaction verbale. Le succès de cette théorie s'appuie sur la proposition de l'analyse qui se réfère à la langue avec ses fonctions de communication et de structure de la réalité (Bakhtine - Volochine, 1977). Il n'est pas possible d'analyser le texte sans prendre en compte son extériorité et son antériorité. Le principe du dialogisme se confond souvent avec le concept d'interdiscours, la propriété du discours d'être en relation avec d'autre discours.

« Le dialogue, au sens étroit du terme, ne constitue, bien entendu, qu'une des formes, des plus importantes il est vrai, de l'interaction verbale. Mais on peut comprendre le mot « dialogue » dans un sens élargi, c'est-à-dire non seulement comme l'échange à haute voix et impliquant des individus placés face à face, mais tout échange verbal, de quelque type qu'il soit. » (Bakhtine, 1977 (1929): 136)

Il est possible de dire aussi que le monologue est en fait un dialogue déterminé par un ensemble de productions antérieures (Nolke, 1994 : 263-265). Avec l'analyse de certains textes « *monologals* », Roulet (1985) a montré qu'ils ont effectivement une structure de dialogue. Sous l'influence de Bakhtine, Genette (1982 : 7-11) a fait les recherches sur la transtextualité qu'il définit comme la transcendance de texte. Il sélectionne cinq différents types de relations dans le texte :

- *intertextualité* – la présence d'un texte dans l'autre ;
- *paratextualité* – les parties du texte tel que le titre, sous-titre, l'introduction, le dévouement, etc. ;
- *métatextualité* – « les commentaires » qui relient un texte avec d'autres sans les citer ou nommer obligatoirement ;
- *architextualité* – la relation qui permet la détermination du genre dont appartient le texte ;
- *hypertextualité* – l'identification des relations reliant le texte A avec le texte B qui s'attache.

Inspirée aussi par le dialogisme bakhtinien, S. Moirand fait des recherches de séquences linguistiques qui peuvent évoquer, suggérer ou représenter des paroles antérieures (Moirand, 1990a). Afin de définir le discours de transfert des connaissances

et des compétences, S. Moirand distingue deux formes de dialogisme : celle qui est relative au discours de base et celle qui est relative au destinataire et surdestinataire (Ibidem, 1988 : 309, 457). Plus tard, la fonction des explications dans le discours médiatique amène S. Moirand à distinguer le discours dans la mémoire interdiscursive de multimédia (dialogisme intertextuel constitutive) et les interactions imaginaires avec surdestinataire (dialogisme interactionnel constitutive) (Charaudeau et Maingueneau, 2002 : 177).

La de la polyphonie est fondée sur la contestation de l'unicité du sujet parlant et sur l'idée que l'acte d'énonciation est unique et irremplaçable. La notion de *polyphonie* est surtout décrite dans l'œuvre de Bakhtine, *Problèmes de poétique de Dostoïevski* et chez Ducrot, dans ses ouvrages *Les mots du discours* (1980) et *Dire et ne pas dire* (1984). La polyphonie se définit comme la pluralité de voix et de consciences dans un énoncé, distinctes de celle de l'auteur de l'énoncé. En linguistique, elle désigne les traces de locuteur dans son énonciation (pronoms, modalités, mots subjectifs, etc.). La polyphonie énonciative se réfère au sujet de l'énonciation et les voix qu'il fait entendre dans les énoncés (Paveau et Sarfati, 2003 : 177).

O. Ducrot a développé le concept de la polyphonie purement linguistique. Pour lui, la pluralité des voix est constitutive de la langue elle-même (Ducrot, 1980 : 44). Il illustre la polyphonie dans les études sur la négation. L'énoncé négatif du locuteur suppose une pensée inverse d'un autre locuteur. Dans le cas de l'ironie, le locuteur présente son énonciation comme le point de vue dont il se distingue (Paveau et Sarfati, 2003 : 178). Il a contribué à la définition de la polyphonie d'énonciation en niant l'unicité du *sujet parlant*. Pour lui, il existe une distinction entre : *le sujet parlant* qui est un être empirique de chair et de sang, *le locuteur*, l'être du discours et *l'énonciateur*, l'être qui s'identifie à travers l'énonciation, sans lui ajouter des mots spécifiques. De cette façon, il est possible d'analyser les cas de double énonciation au sein d'un même énoncé. Cette approche polyphonique est validée surtout dans le cas de la négation. La sémantique polyphonique présente les principes de base pour les réponses à la question posée par l'analyse du discours. « En quoi consiste ce sens de l'énoncé, que le linguiste voudrait expliquer à partir de la signification de la phrase ? » (Ducrot, 1984 : 182)

De nombreux linguistes ont adopté et adapté ce concept de polyphonie. Selon le modèle d'organisation du discours développé à Genève, dans un cercle autour de Roulet, l'organisation polyphonique occupe une place centrale. Les deux points les plus importants sur lesquels leur opinion est différente de celui de Ducrot sont : 1) le champ d'application est beaucoup plus large ; et 2) le domaine conceptuel est plus restreint et moins abstrait (Charaudeau et Maingueneau, 2002 : 447).

Selon Moeschler et Auchlin (2008 : 157), plusieurs facteurs linguistiques et pragmatiques de la polyphonie peuvent s'impliquer dans l'analyse du discours :

- le degré d'intégration linguistique des voix au discours,
- la relation du locuteur et d'énonciateurs,
- les sources des voix,
- le rôle discursif du segment concerné.

La polyphonie et le dialogisme sont présents aussi dans le discours économique et commercial. Ils offrent des moyens précieux pour la persuasion et pour l'argumentation (Amossy, 2005). Par exemple, les documents de la communication professionnelle se réfèrent très souvent à un document précédent, à une conversation téléphonique, courriels, contrats, compte rendu ou à une réunion (Benoit et Benoit, 2013 : 62). Par ailleurs, il est important de savoir ce que l'interlocuteur ou le public connaissent déjà concernant le sujet, pour savoir ce qu'il faut inclure dans le discours ou ce qu'il faut exclure. Ainsi, il est fréquent que plusieurs employés remplissent un cahier, un registre ou un formulaire (Bevort et al., 2012 : 226). Pour maintenir le contact avec les partenaires d'affaires, très souvent il est nécessaire de se référer aux discussions précédentes. Amossy (2005 : 72) constate que :

« ... à l'aide de marqueurs linguistiques, des voix et des points de vue permet par contre de voir comment le locuteur les prend en charge et les hiérarchise en marquant ou en voilant sa propre position. On est là dans la polyphonie, qui permet au discours argumentatif de déployer ses stratégies en mettant en scène un débat, ou un ensemble de points de vue, au sein d'un discours unique. »

1.9.6. Approche sociolinguistique

La sociolinguistique explore l'interaction entre la langue, la structure et le fonctionnement de la société (Kristal, 1987 : 412). C'est une étude descriptive des effets de tous les aspects de la société, tels que les normes culturelles, le contexte de la langue et les effets de l'utilisation de celle-ci. La sociolinguistique étudie la langue dans un contexte socioculturel, la relation entre les phénomènes langagiers et les phénomènes sociaux. Elle met l'accent sur l'objectif et la fonction du discours, par opposition à la linguistique textuelle qui traite de l'explication formelle des principes linguistiques (Bugarski, 1996a : 164). L'étude de la sociolinguistique s'applique dans divers domaines, tels que la fonction et l'utilisation de la langue dans la société, l'analyse du discours, la planification linguistique, la standardisation de la langue, etc.

« La sociolinguistique a affaire à des phénomènes très variés : les fonctions et les usages du langage de la société, la maîtrise de la langue, l'analyse du discours, les jugements que les communautés linguistiques portent sur leur(s) langue(s), la planification et la standardisation linguistique... » (Baylon et Fabre, 2012 : 191)

Les principaux chercheurs qui ont élargi le champ d'étude de la sociolinguistique sont Gumperz, Labov, Goffman et Bourdieu. En France, Cohen se considère souvent comme le fondateur de la sociolinguistique. Dans son œuvre *Pour une sociologie du langage* (1956), il utilise le terme *sociologie du langage*. Toutefois, la sociolinguistique²⁷ comme discipline apparaît en France en 1974, avec l'œuvre de Marcellesi et Gardin, *Introduction à la sociolinguistique*. Lorsqu'il s'agit de la variation linguistique, Bourdieu (1982) définit la langue nationale comme la production de la langue légitime. En Serbie, la sociolinguistique commence à se développer dans les années 1970, avec les travaux de D. Brzović et P. Ivić. Actuellement, il faut mentionner encore les études de J. Filipović (2009) et M. Radovanović (1997).

Radovanović (1997 : 19) définit la sociolinguistique comme l'étude des processus et des états qui s'avèrent pertinents dans une relation entre la société et la langue. Il divise la sociolinguistique en deux groupes : la micro - sociolinguistique (le langage

²⁷Plus tard, un débat s'est posé sur la terminologie : *la sociolinguistique*, *la sociologie du langage* ou *l'ethnolinguistique*.

d'un individu au sein du collectif) et la macro - sociolinguistique (le comportement langagier d'un collectif). L'approche sociolinguistique désigne la capacité d'interpréter les discours sociaux, c'est-à-dire les discours concernant la société elle-même, tels que la connaissance des idéologies politiques, les attitudes, les valeurs sociales, morales, religieuses, etc. (v. Bautier, 1995). La sociolinguistique décrit « la communication verbale dans le cadre des régulations et normes sociales, les activités langagières étant considérées comme des comportements sociaux » (Beacco et al., 2007 : 83).

L'interaction entre la sociolinguistique et l'AD est tellement forte qu'il est parfois difficile de définir la frontière entre ces deux disciplines. Ce qui intéresse les sociolinguistes dans l'AD, c'est l'utilisation des différents codes linguistiques, selon les caractéristiques sociales des interlocuteurs. Les deux disciplines s'intéressent à la science du langage dans un environnement social. En principe, elles sont étroitement liées sur trois plans : le moyen de la constitution des données, les méthodes d'analyse et le concept d'activités langagières (Boutet et Maingueneau, 2005 : 26). Toutefois, le choix des objectifs de la recherche est différent. Par exemple, l'AD est moins intéressée par l'analyse du discours familial, tandis que la sociolinguistique est moins intéressée par l'analyse de la presse écrite ou l'analyse du discours politique.

Même si selon Gadet (2005 : 122), la sociolinguistique est une discipline marginalisée aujourd'hui, l'approche sociolinguistique sert pour l'analyse des problèmes sociaux actuels. Les revues de sociolinguistique les plus importants traitant de sujets d'actualité sont : *Language in society*, *International Journal of sociology of Language* et *Journal of sociolinguistics*. L'approche sociolinguistique en France est liée principalement à l'analyse du discours politique et social. L'analyse du discours politique implique le traitement de la problématique de la signification du contexte situationnel et le locuteur lui-même.

Une composante sociolinguistique dans la communication comprend la capacité d'employer une langue en fonction des caractéristiques culturelles ou socioculturelles (Beacco et al., 2007 : 81). Concernant le discours économique et commercial l'utilisation de la langue dans les contextes particuliers est très importante : la

conversation entre partenaires professionnels, les formules de politesse, les conflits dans l'entreprise, les négociations, etc. Par exemple, les lettres échangées avec un nouveau partenaire ou avec un collègue n'ont pas la même forme. De même, la conversation avec un supérieur dans l'entreprise ou avec les collègues après le travail n'est pas la même. Cela se manifeste par l'utilisation des différentes structures linguistiques, de synonymes, de phrases, etc. (voir aussi §4.7).

1.9.7. Approche sémiotique

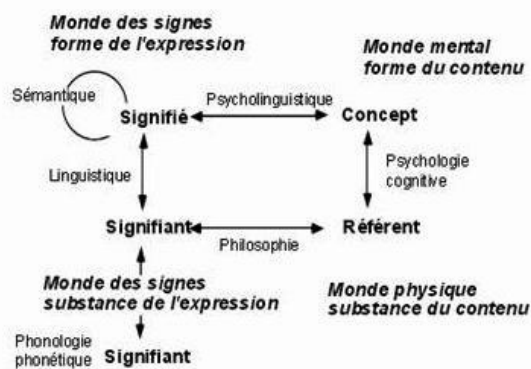
La sémiotique est l'étude des signes et des processus de la signification tels qu'indication, désignation, ressemblance, métaphore, symbolisme, signification et communication. Tandis que la linguistique étudie le « système de signes particuliers », la sémiologie étudie « tous les systèmes de communication non linguistiques » et « tous les systèmes de signes non-linguistiques » (Baylon et Fabre, 2012 : 3). L'approche sémiotique a émergé à partir de deux courants principaux : *la sémiologie* de Saussure et *la sémiotique* de Peirce.

Pour Saussure, la linguistique n'est qu'une partie de la sémiologie. Il considère qu'il faut étudier la vie des signes dans le cadre de la vie sociale.

« La langue est un système de signes exprimant des idées (...) On peut donc concevoir une science qui étudie la vie des signes au sein de la vie sociale ; elle formerait une partie de la psychologie sociale, et par conséquent de la psychologie générale ; nous la nommerons sémiologie ... (Saussure, 1995 (1916) : 33)

La définition saussurienne de la sémiologie a fait l'objet de nombreux débats. Certains chercheurs, comme Barthes (1967), ont considéré que la sémiologie est une branche de la linguistique, tandis que d'autres refusent de donner la priorité à la langue et à la société, comme Peirce, mais ils la considèrent comme la science des signes. La sémiotique de Peirce est loin d'être une discipline scientifique. Elle se base plus sur la réflexion philosophique. Selon Peirce, l'homme pense à l'aide des signes, parce que la seule pensée que nous reconnaissons est la pensée des signes. La caractéristique des

signes est de référer vers d'autres signes, et ceux-ci vers d'autres signes et ainsi de suite à l'infini. Selon la sémiotique de Peirce, un signe se compose de trois éléments : matériel, signifiant et interprétant.



Source: http://www-clips.imag.fr/geod/User/jean.caelen/cours%20accessibles_fichiers/Linguistique.pdf

Schéma 3 : Le carré sémiotique

Morris (1975) a fait une classification des principales disciplines de la sémiotique : la syntaxe (la relation entre les signes dans les structures), la sémantique (la relation entre les signes et les choses auxquelles ils se réfèrent) et la pragmatique (le signe dans son rapport avec l'interprétant ou ses utilisateurs). La sémiotique diffère de la linguistique en ce qu'elle élargit la gamme des systèmes de signes et les relations des signes. Ainsi, la sémiotique étend la définition de la langue dans ce qui s'apparente à son sens le plus large, analogique ou métaphorique (voir le schéma 3).

L'enrichissement de la méthodologie de l'analyse narrative et la possibilité d'application aux médias, aux journaux, à la télévision et à la radio, ouvre la porte à la sémiotique du discours. La sémiotique est étroitement liée au domaine de l'AD, qui étudie également la structure et le sens de la langue. P. Charaudeau (1995) postule que pour la réalisation de la sémiotisation du monde, il faut un double processus :

- 1) Le processus de transformation qui comprend quatre opérations : l'identification, la qualification, l'action et la causation ;
- 2) Le processus de transaction qui comprend quatre principes : d'interaction, de pertinence, d'influence et de régulation.

L'analyse sémiotique consiste en la description du sens. Elle est poussée par la conversation interactionnelle qui devient l'objet de l'analyse. Dans l'élaboration de la théorie de la circulation des signes, la sémiotique a créé le modèle d'analyse qui peut servir de la base à l'étude de la relation entre les mots dans les discours politique, économique ou commercial.

L'analyse sémiologique peut être appliquée en analyse du discours économique et commercial : analyser le nom de l'entreprise, analyser l'étiquette d'un emballage, analyser la forme d'un nouveau produit, analyser la publicité, analyser l'espace de travail d'une entreprise ou l'image d'une entreprise (voir le Schéma 4) (Fraenkel et Legris-Desportes, 1999). Legris-Desportes (2011) propose une approche socio-sémiotique pour l'analyse des pratiques communicationnelles et organisationnelles de la relation avec les clients.

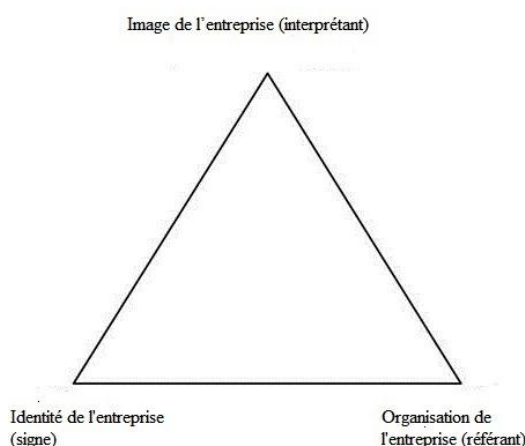


Schéma 4 : L'analyse de l'image de l'entreprise

Le signe ou l'identité de l'entreprise est son profil officiel, c'est-à-dire sa représentation chez les autres institutions, les rumeurs et sa publicité non-planifiée. *Le référant* ou l'organisation derrière l'image est en fait son image réelle (comment gestionnaires, fournisseurs, consultants la voient). *L'interprétant* ou l'image de l'entreprise est sa réputation, c'est-à-dire l'impression générale des différents publics. En outre, dans une démarche de marketing ou de publicité, le signe ou l'image d'une entreprise ou d'un produit joue un rôle très important.

1.9.8. Analyse du discours critique

L'*Analyse du discours critique* – ADC (Critical discourse analysis – CDA) est une approche interdisciplinaire de l'étude du discours, principalement anglophone, apparue dans les années 1990. Cette approche, issue de la linguistique critique, considère le langage comme une forme de pratique sociale concentrée sur les moyens de la domination sociale et politique (Fairclough, 1995). À part la théorie linguistique, cette approche s'inspire aussi de la théorie sociale de Karl Marx, Louis Althusser, Michel Foucault, Pierre Bourdieu, afin d'examiner les idéologies et les relations de pouvoir impliquées dans le discours.

Comme une analyse purement linguistique n'est pas suffisante, l'analyse du discours critique ne limite pas son analyse au texte, mais aussi aux structures du contexte socio-politique. Le discours est une pratique sociale, mais aussi un moyen pour l'acquisition de l'idéologie. Cette approche s'appuie sur une analyse de discours critique des problèmes sociaux complexes, tels que le racisme, le sexisme, la pauvreté et d'autres formes d'inégalités. Van Dijk (2008) a lancé un projet²⁸ sur l'analyse du discours critique en mettant l'accent sur l'intégration des approches sociales et cognitives du discours et l'analyse critique. Il a centré ses études sur la reproduction d'abus de pouvoir par le discours et sur les études du racisme.

Une analyse critique du discours relie une analyse linguistique du texte et une analyse intertextuelle, afin de combler le fossé entre le texte et la langue d'une part, et la société et la culture de l'autre part. Il s'agit donc de l'étude de la relation entre le discours du pouvoir, la domination et les inégalités sociales (Van Dijk, 2001 : 300). La frontière entre l'analyse du discours et l'analyse du discours critique est assez floue. D'un autre côté, on peut dire aussi que toute l'analyse du discours est d'une certaine manière critique, ou que toute discipline du discours peut prendre une orientation critique (Maingueneau, 2014 : 58).

²⁸Pour plus d'information concernant ce projet, consulter le lien: <http://www.discourses.org/projects/cda/> [10.11.2013]

Pour l'analyse de notre corpus, nous n'avons pas eu besoin d'appliquer l'analyse du discours critique. Pourtant, comme la microéconomie de l'entreprise dépend de la macroéconomie du pays, l'approche d'une analyse critique du discours peut servir pour l'analyse des discours politiques concernant l'économie. L'ADC pourrait servir également pour l'analyse des discours de représentants d'entreprises destinés aux employés afin d'expliquer les raisons de ne pas appliquer certains programmes sociaux ou de prendre des mesures impopulaires.

1.10. Pragmatique

Le début de la réflexion pragmatique était essentiellement philosophique sans aucun lien avec la linguistique. Elle commence à se développer dès le XIX^e siècle aux États-Unis avec les travaux de William James et Charles S. Peirce. W. James a développé la doctrine appelée la *pragmatique* et C.S. Peirce a employé le terme *pragmatisme*.²⁹ L'utilisation moderne du terme *pragmatique*, peut être attribuée au philosophe américain Charles Morris (1938), le disciple de Peirce qui a défini les formes de la science des signes (Levinson, 1983 : 2). Le développement de la pragmatique peut se résumer en trois étapes selon Bracops (2006 : 25) :

- 1) *La pragmatique radicale formaliste* (1930-1940) – une approche inspirée par la théorie de Peirce et Morris, qui classifie la pragmatique comme une branche de la sémiotique. Elle traite de la relation entre les signes, les symboles et les expressions, dont la signification dépend des conditions de son utilisation.
- 2) *Les philosophes du langage* (1950-1970) – la pragmatique reçoit un statut de discipline à part entière. La théorie de l'acte de langage, fondée par Austin (1970 (1962)) et Searle (1972 (1969)), se base sur la conviction que la plus petite unité de la communication humaine est l'accomplissement des actes.
- 3) *La pragmatique cognitive et la pragmatique linguistique (la pragmatique intégrée)* (1980-1990) – il s'agit des deux courants distincts : l'un anglo-

²⁹Le *pragmatisme* est le courant dans la philosophie qui étudie les relations entre la théorie et la pratique (Pers, 1979).

saxon, considérant la pragmatique comme une science indépendante orientée vers les sciences cognitives³⁰ et basée sur la notion d'état mental ; et l'autre, définie par les chercheurs français (O. Ducrot, J. C. Anscombe, F. Récanati, C. Kerbrat-Orecchioni) considérant la pragmatique intégrée à la linguistique.

Dans la tradition française, les études de la pragmatique sont influencées par les enseignements de F. de Saussure, la philosophie du langage de J.L. Austin (1970 (1962)), la traduction de l'ouvrage de Searle *Les actes de langage* (1972) en français et les travaux d'E. Benveniste (la sémantique de l'énonciation). Depuis, la pragmatique en France s'est développée dans plusieurs directions : *la pragmatique intégrée* (Ducrot et Anscombe), *la pragmatique cognitive* (Moeschler et Reboul, 1994a), *la pragmatique topique* (Sarfati) et *la théorie des objets discursifs* (Longhi) (Longhi et Sarfati, 2011 : 127).

Il est difficile de donner une définition précise de la pragmatique, puisque le champ d'études de la pragmatique est très large. C'est une science interdisciplinaire qui a des relations avec la linguistique, la logique, la sémantique, la philosophie, la sociologie et la psychologie. La plus ancienne définition est celle de Morris, qui la définit comme la « partie de la sémiotique qui traite du rapport entre les signes et les usagers des signes. » Cependant, la connaissance de la signification d'énoncé ne suffit pas pour sa compréhension. L'étude de la signification d'une phrase appartient à la sémantique, tandis que l'étude de la signification dans le contexte appartient à la pragmatique. Diller et Récanati donnent une autre définition linguistique :

« La pragmatique étudie l'utilisation du langage dans le discours, et les marques spécifiques qui, dans la langue, attestent sa vocation discursive. » (Armengaud, 2007 : 5)

On peut dire, en effet, que la pragmatique est une branche de la linguistique, un courant dans l'étude du discours, ou plus largement dans le concept de la langue

³⁰La *pragmatique cognitive* s'appuie sur la théorie de la pertinence de Sperber et Wilson (1989) et elle consiste à caractériser la pragmatique comme une théorie de l'interprétation du sens des énoncés (Paveau et Sarfati, 2003 : 230).

(Bugarski, 1996b : 221). Elle étudie la contextualisation des phrases et des énoncés, ainsi que la manière dont ils réagissent dans les situations langagières.

« ...le langage ne peut plus être conçu comme un simple moyen de présenter la pensée. Il apparaît comme un moyen d’agir, plus précisément comme un moyen pour le locuteur de provoquer un face à face avec son allocutaire, dans l’intention de le faire réagir, d’une manière ou d’une autre, à un certain état de choses. »
(Gardiner, 1951 : vii)

Les trois concepts les plus importants de la pragmatique sont : *l’acte* (la langue ne sert pas seulement à représenter le monde, mais aussi à accomplir des actions), *le contexte* (la situation concrète de lieu, du temps, de l’identité de locuteur, etc.) et *la performance* (l’accomplissement de l’acte en contexte) (Armengaud, 2007 : 6 - 7).

1.10.1. Concept des actes de langage

Un acte de langage est un terme linguistique et philosophique qui se réfère à toute action impliquant la mise en circulation des mots. Il peut inclure les déclarations, le discours qui accomplit quelque chose ou les mots ayant une sorte d’effet. La théorie des actes de langage est « une étude systématique des relations entre les signes et leurs interprètes » (Armengaud, 2007 : 77). En prononçant une phrase, le locuteur accomplit un ou plusieurs actes. Ambroise (2008 : 58) constate qu’il n’y a pas d’acte que s’il ne produit les effets. Baylon et Fabre (2012 : 165) ont une déclaration similaire :

« Le langage et les langues sont faits pour être mis en œuvre et pour servir les buts variés de l’activité humaine, la description de la réalité n’en étant plus qu’un parmi d’autres. »

La théorie des actes de langage (*speech acts*) a été fondée par J. L. Austin (1970 (1962)). Dans son oeuvre *How to do Things with Words (Quand dire, c’est faire)*, Austin se base initialement sur la distinction parmi les énoncés affirmatifs entre : ceux qui décrivent le monde (*constatifs* – ils sont vrais ou faux) et ceux qui accomplissent une

action (*performatifs*³¹ – ni vrais, ni faux, mais susceptibles d’exprimer l’engagement du locuteur) (Moeschler et Auchlin, 2008 : 144; Levinson, 1983 : 229). Au lieu d’opposer les énoncés constatifs et performatifs, Austin conclut plus tard, qu’il vaut mieux distinguer trois types d’actes de langage (Levinson, 1983 : 236 ; Baylon et Fabre, 2012 : 171-173) :

- 1) Les actes *locutoires* ou *locutionnaires* – activité linguistique du locuteur (dire quelque chose) ou concevoir des phrases, choisir des mots, attribuer le sens aux phrases, prononcer les phrases, écrire, comprendre, etc.
- 2) Les actes *illocutoires* ou *illocutionnaires* – accomplir quelque chose avec l’acte de parler, une commande ou une menace. Un énoncé peut avoir des forces illocutoires différentes selon les énonciations : décrire, interroger, juger, s’excuser, accepter, argumenter, conclure, etc. Austin fait aussi une distinction entre cinq grandes classes d’actes illocutionnaires (Moeschler et Auchlin, 2008 : 145 ; Garric et Calas, 2007 : 90) :
 - *Veridictifs* – les verbes qui engagent un acte juridique (condamner, évaluer, prononcer, estimer, diagnostiquer, etc.) ;
 - *Exercitifs* – les décisions sur des façons d’agir (approuver, avertir, conseiller, nommer, ordonner, pardonner, léguer, etc.) ;
 - *Promissifs* – les *verbes* qui expriment une obligation pour adopter une attitude (convenir de, garantir, promettre, faire vœu de, etc.) ;
 - *Comportatifs* – l’attitude dans certaine situation (approuver, critiquer, déplorer, féliciter, protester, remercier, etc.) ;
 - *Expositifs* – la façon d’envisager les choses (citer, formuler, mentionner, nier, illustrer, postuler, témoigner, etc.).

Sperber et Wilson (1986), dans leur théorie de pertinence³², classent les actes illocutionnaires en trois catégories, en se basant sur des marques exclusivement

³¹L’aspect de la performativité est la vérification de l’idée de la surdétermination du langage. La réussite des actes de parole signifie le respect de certaines conditions : linguistiques, sociologiques et psychologiques (Paveau et Sarfati, 2003 : 210).

³²La *Théorie de Pertinence* est basée sur les maximes de P. Grice, selon lesquelles dans la langue existe le principe de l’économie, c’est-à-dire, ne dire que ce qui est pertinent. La théorie de la pertinence développée par D. Sperber et D. Wilson (1989 : 257) se base sur la pensée gricienne que l’objectif principal de la communication humaine est de reconnaître les intentions communicatives de l’interlocuteur. Dans ce modèle, le locuteur fournit à l’interlocuteur un certain nombre d’indices, qui, en

linguistiques qui subsument trois types de phrase : *dire que*, *dire de* et *demander si* (Paveau et Sarfati, 2003 : 215).

- 3) Les actes *perlocutoires* ou *perlocutionnaires* – les actes qu'on cherche à accomplir au moyen du langage (quelque chose est fait parce que c'est dit), c'est-à-dire réaliser un effet volontaire ou involontaire de l'acte de parler tel que : persuader, tromper, influencer, calmer, mettre en colère, impressionner, etc.

Ensuite, J. R. Searle systématise et redéfinit les idées d'Austin dans une théorie plus vaste, décrite dans son œuvre *Speech Acts* (1969). Il ajoute le *principe d'exprimabilité* (principle of expressibility) à la théorie des actes de langage, selon laquelle tout ce qu'on veut dire peut être dit (« *anything that can be meant, can be said* ») (Searle, 1969 : 19ff). Selon sa théorie les actes illocutionnaires peuvent être catégorisés par milliers, mais Searle les a divisés en cinq grandes catégories, selon l'intention du locuteur (Levinson, 1983 : 240 ; Bugarski, 1996b : 224) :

- *Représentatifs* ou *assertifs* (affirmation, constatation, assertions, rapports, vérité, etc.) ;
- *Directifs* (instructions, commandes, consignes, insistances, ordres, etc.) ;
- *Promissifs* (promesses, menaces et autres obligations à l'égard de l'avenir) ;
- *Expressifs* (excuse, remerciement, félicitation, contentement, regret, etc.) ;
- *Déclaratifs* (expressions qui provoquent le changement d'un état des choses immédiates, verbes performatifs, décréter, ouverture d'une séance, etc.).

Searle traite aussi la question *des conditions de réussite* (felicity conditions) qu'une énonciation doit accomplir (Levinson, 1983 : 229).

Sur l'hypothèse du caractère intentionnel de la communication, Paul Grice propose une théorie sémantique et une théorie pragmatique (Paveau et Sarfati, 2003 : 216, 217). La pragmatique gricéenne tente de répondre à la question d'examiner comment le destinataire réagit lorsqu'il interprète l'énoncé de l'interlocuteur. Sa théorie se définit par trois principes (Moeschler et Auchline, 2008 : 169) :

fonction du contexte permettront la reconnaissance de l'intention de la communication. La différence entre l'AD et le discours issue de la théorie de la pertinence, « porte sur l'existence de règles de bonne formation du discours » (Zufferey et Moeschler, 2012 : 149).

- *Le principe de la signification non-naturelle* – comprendre un énoncé signifie comprendre l'intention de l'interlocuteur en reconnaissant cette intention ;
- *Le principe de coopération*³³ (les maximes conversationnelles) – Dans un échange langagier, chacun s'efforce de contribuer à la compréhension des énoncés, c'est-à-dire les inférences du destinataire devraient correspondre à l'hypothèse du locuteur ;
- *Le principe méthodologique* - l'hypothèse que les expressions n'ont pas une multiplicité de significations et qu'il ne faut pas les multiplier plus que nécessaire. Cela correspond aussi au *Principe du rasoir d'Occam*³⁴ modifié (v. Stanojević, 2009).

P. Charaudeau distingue quatre principes qui fondent l'acte du langage :

- *Principe de pertinence* – inspiré par la théorie de pertinence de D. Sperber et D. Wilson (1989), ce principe implique qu'il y a une reconnaissance réciproque des compétences et des aptitudes entre les partenaires pour être « à propos » et avoir « droit à la parole » (Charaudeau et Maingueneau, 2002 : 431) ;
- *Principe d'altérité* – définit « l'acte de langage comme un acte d'échange entre deux partenaires que sont en l'occurrence le sujet communicant (*je*) et le sujet interprétant (*tu*) » (ibidem, 2002 : 32-33) ;
- *Principe de régulation* – permet de « maîtriser le jeu des influences » (ibidem, 2002 : 498) ;
- *Principe d'Influence* – les mécanismes par lesquels un individu modifie la pensée, la volonté ou le comportement de l'autre (ibidem, 2002 : 313).

Riegel et al (2009 : 980 - 981) distinguent :

³³Afin d'éviter la confusion qui peut se produire par les implicatures conversationnelles ou discursives en ignorant les conditions de félicité et d'autres moyens, Paul Grice a développé le principe de coopération - les *maximes de Grice* ou maximes conversationnelles, un ensemble d'instructions pour la coopération dans la conversation afin d'éviter toute ambiguïté. Ce principe consiste en quatre règles ou *maximes* : règle de qualité, règle de quantité, règle de relation ou pertinence et règle de modalité. On trouve des propositions similaires aussi chez d'autres auteurs comme les *lois de discours* de Ducrot (1972) ou *principe de pertinence* de Sperber et Wilson (1989).

³⁴Selon ce principe, il faut faire aussi peu de suppositions que nécessaire pour l'explication de tout phénomène. Voir le lien : <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/424706/Ockhams-razor> [08.09.2013.]

- *Les actes institutionnels* – accomplis dans le cadre d’une institution. Pour que la parole ait force d’acte, le locuteur doit être autorisé par l’institution.
- *Les actes de langage ordinaires* – la réalisation d’un acte de menace, de promesse ou de félicitations. À partir d’une liste de verbes d’action, il est possible de faire une série d’actes de langage : ordonner, interroger, conseiller, exprimer, suggérer, remercier, affirmer, féliciter, promettre, autoriser, déclarer, etc.

En didactique des langues étrangères, la théorie des actes du langage joue un rôle important pour le développement des compétences communicatives chez les apprenants. Savoir influencer l’interlocuteur vers une action ou vers un changement de comportement, d’attitude, de croyance ou de valeur n’est pas possible sans la maîtrise de la compétence pragmatique (Rosen & Reinhardt, 2010 : 84). Les manuels d’apprentissage des langues étrangères sont pleins d’exemples d’actes de langage, issus des différents domaines sociaux de l’activité langagière : se présenter, remercier, s’excuser, demander ou indiquer le chemin, demander ou donner le prix, exprimer un doute, un malaise, etc. (Robert, 2008 : 7).

La puissance pragmatique du langage est plus qu’évidente aujourd’hui, lorsqu’elle est utilisée, souvent aussi abusivement, pour la persuasion ou pour la manipulation (Bugarski, 1996b : 225). Les mots ont un grand pouvoir (Boutet, 2010). Dans la didactique du FOS ou du FS les actes de langage jouent également un rôle très important. Par exemple, la manière de persuader ou convaincre le locuteur lors d’une négociation commerciale ou d’influencer des collègues vers une action lors d’une réunion, se fait à partir des actes de langage.

1.10.2. Application de la pragmatique linguistique en analyse du discours

La pragmatique linguistique est une interdiscipline qui étudie la langue et les formes d’utilisation de la langue comme action sociale spécifique. Il s’agit également d’une approche de l’étude du langage qui prend en compte le rôle des acteurs d’une

situation de la communication, ainsi que la situation elle-même. La pragmatique peut être considérée comme la partie intégrante de la linguistique, une approche de l'analyse du discours, ou plus largement le concept de langue. Elle a des points communs avec la linguistique appliquée, la linguistique cognitive, la sociolinguistique, l'analyse de conversation, l'analyse de discours, etc. Par ailleurs, elle a fourni les fondements théoriques pour l'étude de la pratique linguistique, des formes et des fonctions de l'interaction humaine. Selon Paveau et Sarfati (2003 : 208), la pragmatique linguistique désigne :

« ... l'ensemble des théories élaborées, dans le cadre de la linguistique, à partir de l'intégration des concepts et perspectives de travail de la philosophie du langage ordinaire. »

En d'autres termes, la pragmatique linguistique s'occupe de l'utilisation de la langue dans la communication, avec une référence particulière au sens que les utilisateurs des langues atteignent avec leurs énonciations dans le cadre des différents actes de langage (Kerbrat-Orecchioni, 2001). La pragmatique linguistique définit la signification de l'acte de langage par la fonction linguistique, d'où il découle que l'acte de langage est d'une nature particulière - l'acte d'énonciation. *Dictionnaire encyclopédique de pragmatiques* définit la pragmatique linguistique en tant que « l'étude de l'usage du langage, par opposition à l'étude du système linguistique, qui concerne à proprement parler la linguistique » (Moeschler et Reboul, 1994a : 17).

L'un des plus importants pragmaticiens français, O. Ducrot, base ses études de la pragmatique linguistique sur la théorie d'énonciation développée par Benveniste. La *pragmatique intégrée* (la sémantique argumentative) de Ducrot étudie les rapports entre la signification et le sens. Selon Reboul et Moeschler (1998 : 43), il s'agit du « constat selon lequel les significations linguistiques sont affectées par les conditions d'usage elles-mêmes codifiées et inscrites dans la langue ». La pragmatique intégrée redéfinit les objets de la théorie du langage et elle modifie la compréhension des niveaux de l'analyse linguistique (Paveau et Sarfati, 2003 : 220 - 225). L'un des principaux travaux de Ducrot

était également l'étude de la *présupposition*³⁵, définie comme l'acte de langage fondamental et la partie intégrante de la signification de la phrase. Il s'intéresse à ce que nous disons lorsque nous parlons en faisant la distinction entre ce qui est supposé, ce qui est dit et ce qui se sous-entend. Pour Ducrot, « la présupposition est l'acte de présupposer, et **les présupposés** sont *des types particuliers de contenus* inscrits dans les énoncés » (Charaudeau et Maingueneau, 2002 : 468).

C. Kerbrat-Orecchioni considère aussi que la pragmatique pourrait être intégrée à la linguistique. Elle envisage deux cas : 1) la pragmatique préfigure la linguistique des interactions et 2) la pragmatique est un lieu d'investissement pluridisciplinaire, un ensemble de discours « transversaux » (Vion, 2000 : 183). La pragmatique linguistique joue un rôle important dans l'analyse du discours, surtout au point de vue de sa diversité théorique relative aux notions : l'acte de langage, l'argumentation, l'énonciation de discours, l'intertextualité, le dialogisme, le contexte de performance, etc. (Bary, 2002 : 30 ; Longhi et Sarfati, 2011 : 19). La pragmatique et l'AD sont étroitement liées, elles placent au centre de leur attention l'analyse de la conversation et l'attribution des informations dans la phrase.

« L'analyse du discours entretient des relations étroites avec la pragmatique, appréhendée dans ses diverses facettes. Elle est obligée de s'appuyer constamment sur l'étude de phénomènes comme les connecteurs, la référence nominale, les actes de langage, etc. ; elle est en outre profondément marquée par les idées forces de la conception pragmatique du langage (interactivité, rôle crucial de l'implicite, etc.). » (Charaudeau et Maingueneau, 2002 : 457)

Benveniste aussi a joué un rôle important dans le développement de l'AD et de la pragmatique en introduisant les notions d'énonciation et d'énoncé. Les éléments constitutifs d'une énonciation sont participants dans environnement spatio-temporel et un contexte socio-institutionnel. L'attitude envers l'énonciation peut s'apercevoir avec les déictiques (*pronoms, adverbes, verbes, certains lexèmes*, etc.) et avec les mots d'une signification modale (*peut-être, sans doute, il faut, certainement*, etc.). L'analyse des expressions linguistiques comme verbes performatifs, conjonctions ou adverbes conduit

³⁵La présupposition se réfère à l'utilisation de certaines expressions linguistiques qui impliquent que l'interlocuteur doit partager certaines croyances. Ducrot distingue également *le posé* et *le présupposé*.

à l'hypothèse, selon laquelle leur signification contient des instructions sur la manière d'utiliser les phrases dans le discours (Reboul et Moeschler, 1998 : 43). L'analyse pragmatique complète l'analyse linguistique, puisqu'elle traite des phénomènes qui ne sont traités ni par la syntaxe, ni par la sémantique, pour donner une interprétation complète (Bracops, 2006 : 20).

Dans la communication professionnelle, il est très important de connaître la manière dont il est possible d'influencer l'interlocuteur par la parole. Dans l'analyse du discours économique et commercial, une approche pragmatique peut offrir des moyens d'examiner les façons dont le locuteur établit l'autorité sur ses auditeurs à travers le discours. Pour la didactique du FOS/FS, les compétences pragmatiques parmi les compétences communicatives peuvent aider les apprenants à repérer les effets du discours sur l'interlocuteur (voir § 4.9).

1.10.3. Notions de contexte

La notion du contexte est assez polysémique. Elle se trouve dans un changement profond et il est assez difficile de donner une définition exhaustive (Kleiber, 1994). La difficulté représente aussi de limiter le contexte, c'est-à-dire de définir où il commence et où il finit. Il s'agit de « l'ensemble des éléments situationnels, extralinguistiques, au sein desquels se situe l'acte d'énonciation de la séquence linguistique » (Baylon et Fabre, 2012 : 194).

Le contexte représente un concept central de la pragmatique et de l'AD. La pragmatique se définit souvent aussi comme la science du contexte (Paveau et Sarfati, 2003 : 208, 209 ; Longhi et Sarfati, 2011 : 40). Levinson définit la pragmatique comme l'étude de l'utilisation de la langue dans le contexte, y compris son effet sur l'interlocuteur (Levinson, 1983 : 5). La pragmatique linguistique explique le sens des énoncés par rapport à des contextes physiques, culturels, sociaux et interpersonnels (Bugarski, 1996a : 18 ; Ducrot, 1984 : 179).

Pour la compréhension d'un discours, il est aussi important de comprendre son contexte extralinguistique (Ivić, 2001 : 610 ; Bronckart, 1994 : 26). Armengaud (2007 : 59-61) distingue quatre types de contextes :

- 1) *Contexte circonstanciel, factuel, existentiel, référentiel* – l'environnement physique des protagonistes (espace, temps, nature et texture de la communication) ;
- 2) *Contexte situationnel ou paradigmatique* – l'environnement culturel du discours. Ce contexte fournit des pertinences culturelles. Chaque situation exige de différents styles de communication. On ne communique pas de la même façon avec son patron, ses amis ou sa famille ;
- 3) *Contexte interactionnel* – l'enchaînement des actes du langage, les formes du discours et des systèmes de signe ;
- 4) *Contexte épistémique (présuppositionnel)* – l'ensemble des croyances et des valeurs communes aux locuteurs. Par exemple, dans une négociation commerciale il est important de prendre en compte les connaissances ou les convictions du locuteur, ses intentions et ses attentes pour définir la bonne stratégie.

Dans l'AD, le contexte social et la relation entre le locuteur et son public sont importants pour pouvoir aborder certains malentendus, la confusion et la signification des certaines expressions. Le contexte linguistique peut être l'information qui a déjà été partagée dans la discussion y compris tous les antécédents, les sujets de conversation et les intonations. Un ton sarcastique, triste, ou plaisantin ne peut pas se comprendre qu'en prenant en compte le contexte.

« Le contexte *éclaire le sens mais ne l'épuise pas*. Une analyse purement contextuelle ne discrimine pas les sens qu'un locuteur distingue intuitivement ou distingue des emplois qui ne sont pas sentis comme différents. Elle apporte des renseignements superflus du point de vue sémantique. » (Baylon et Fabre, 2012 : 137)

Dans la didactique du FOS/FS, il est extrêmement important de prendre en compte le contexte dans lequel pourrait se placer la communication professionnelle. Dans la perspective actionnelle les productions langagières s'analysent en contexte.

« La notion de « mise en texte », centrale en analyse du discours, laisse penser qu'il y a d'un côté l'activité professionnelle telle qu'elle se déroule et de l'autre la représentation de l'activité, telles que les discours la construisent (...). Dans de telles conditions, l'analyse met en relation le texte et le hors-texte, la description linguistique et le monde réel, lequel est comme retravaillé, reconfiguré après coup par les discours. » (Mourlhon-Dallies, 2008 : 118, 119)

1.11. Analyse textuelle et approche de J.-M. Adam

La linguistique textuelle est une branche de la linguistique qui traite les textes (oraux ou écrits) comme un système de communication. Elle prend en compte la forme d'un texte, mais aussi son contexte de communication interactionnelle. L'objet d'étude de la linguistique textuelle est la *textualité*, qui part du « principe qu'un texte forme une unité d'un autre ordre, qu'il est autre chose qu'une suite de phrases mises bout à bout... » (Maingueneau, 2009 : 92). L'auteur d'un texte, ainsi que son destinataire, sont pris en considération dans le contexte d'une communication spécifique. Les racines de la linguistique textuelle se trouvent encore dans : les acquis de la rhétorique antique, les hypothèses structuralistes, la sémiotique littéraire (Barthes, Genette (1985), Greims, etc.), la sémiologie (Grize et Borel), la sociolinguistique de Labov et la sociologie de Goffmann (Paveau et Sarfati, 2003 : 185). La grammaire de texte de Van Dijk (1973) repose sur deux postulats : 1) phrase et texte et 2) une grammaire textuelle générative.

En général, il est admis par tous les linguistes que la langue doit être considérée au-delà du niveau de la phrase. La linguistique du texte et la linguistique du discours ont élargi le concept de la phrase définie par Benveniste.

« La phrase est une unité, en ce qu'elle est un segment de discours, et non en tant qu'elle pourrait être distinctive par rapport à d'autres unités de même niveau, ce

qu'elle n'est pas, comme on l'a vu. Mais c'est une unité complète, qui porte à la fois sens et référence : sens parce qu'elle est informée de signification, et référence parce qu'elle se réfère à une situation donnée. » (Benveniste, 1966 : 130)

« Dans la plupart des cas, la situation est une condition unique, à la connaissance de laquelle rien ne peut suppléer. La phrase est donc chaque fois un événement différent ; elle n'existe que dans l'instant où elle est proférée et c'efface aussitôt ; c'est un événement évanouissant. » (Benveniste, 1974 : 227)

La linguistique énonciative constitue le fondement de la linguistique textuelle et de la linguistique du discours. En effet, tout texte est le produit d'une situation de communication où le locuteur ou le scripteur exprime une intention énonciative (informer, séduire, convaincre, amuser, etc.). Robert (2008 : 196) définit le texte en tant que :

« ... produit d'une situation de communication où un locuteur/scripteur exprime une intention à travers un discours aux modes différenciés réalisé par des actes de parole choisis en fonction de la situation. »

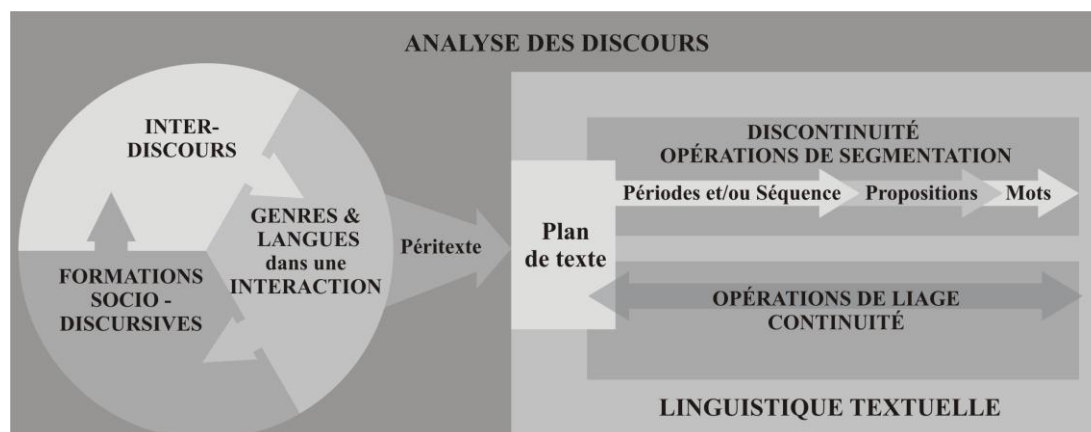
La linguistique textuelle a pour la tâche de « définir les grandes catégories de marque qui permettent d'établir ces connexions qui ouvrent ou ferment des segments textuels plus ou moins longs. » Tout texte se définit comme un développement progressif.³⁶ Par ailleurs, la linguistique textuelle étudie aussi les phénomènes de la *cohérence*³⁷ et de la *cohésion*.³⁸ Un des spécialistes reconnus du domaine de la linguistique textuelle est actuellement J.-M. Adam. Pour le cadre épistémologique, Adam prend principalement les œuvres d'E. Benveniste, M. Bakhtine et E. Coseriu. Il définit la linguistique textuelle au sein des sciences du langage comme « un sous-domaine du champ plus vaste de l'analyse des pratiques discursives » (Adam, 2005 : 117). Pour lui, le texte a un double sens en tant qu'objet abstrait et en tant qu'objet

³⁶La progression thématique est la construction sur le thème et le rhème. Il faut distinguer trois types de progression : à thème constant, à thème linéaire et à thème divisé (Sarfati, 1997 : 30).

³⁷La *cohérence* est le concept clé de la linguistique textuelle et l'une des principales caractéristiques du texte. Elle implique une séquence logique des informations et le processus par lequel ceci se réalise. C'est une organisation des représentations qui configurent l'univers mis en place par le texte.

³⁸La *cohésion* est la structure du texte exprimée par les ressources linguistiques conceptuelles. C'est l'organisation formelle du texte ou la « texture » du discours.

matériel, il est le résultat d'un acte d'énonciation. Pour J.-M. Adam la linguistique textuelle est une approche de l'analyse du discours qui étudie les relations dans la phrase et entre les phrases. Le schéma 5 démontre l'enjeu complexe des déterminations textuelles « ascendantes » qui font l'objet de la linguistique textuelle et les régulations « descendantes » qui font l'objet de l'analyse du discours.



Source : Adam, 2011 : 31

Schéma 5 : La complémentarité de l'analyse du discours et de la linguistique textuelle

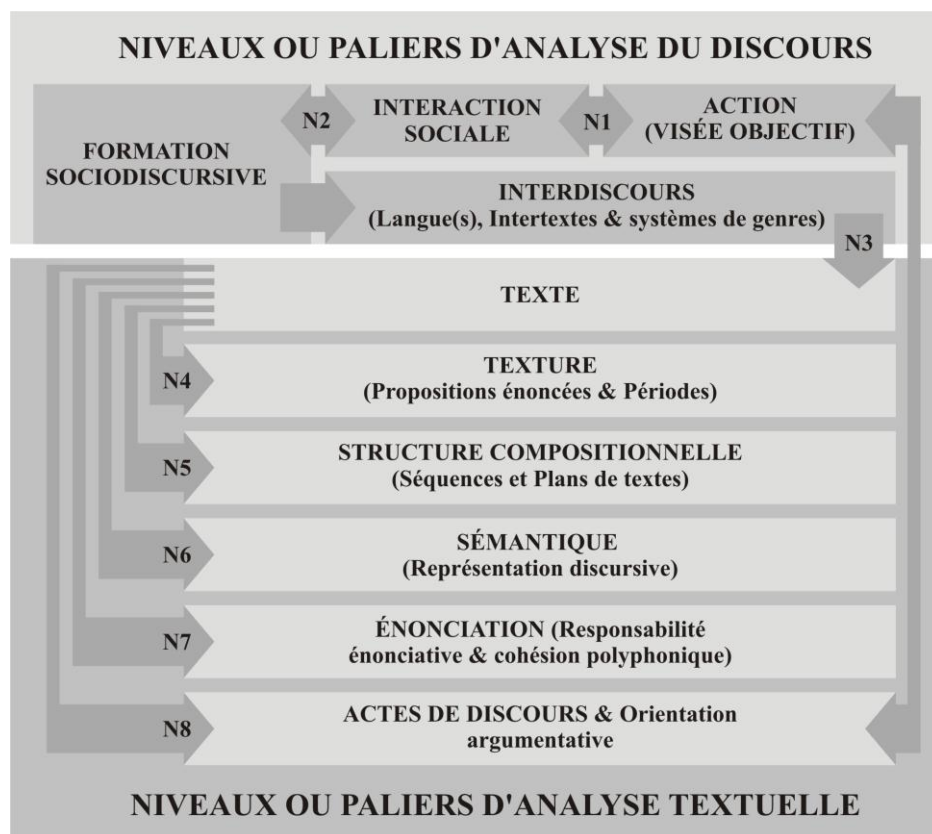
« Postulant, à la fois, une séparation et une complémentarité des tâches et des objets de la linguistique textuelle et de l'analyse de discours, nous définissons la linguistique textuelle comme un sous-domaine du champ plus vaste de l'analyse des pratiques discursives. » (Adam, 2011 : 31)

Selon le schéma 5, l'analyse de discours et l'analyse textuelle ne sont plus deux disciplines parallèles, mais emboîtées.

« ...la linguistique textuelle a pour rôle, au sein de l'analyse de discours, de théoriser et de décrire les agencements d'énoncés élémentaires au sein de l'unité de haut complexité que constitue un texte (...) La linguistique textuelle porte autant sur la description et la définition des différentes unités que sur l'opération dont, à tous les niveaux de complexité, les énoncés portent la trace. » (Ibidem, 2011 : 47)

Le schéma 6 précise les relations de l'analyse du discours et de l'analyse textuelle. Ce schéma montre tous les niveaux ou paliers d'analyse qu'il est possible de distinguer linguistiquement. Les *prototypes* sont les catégories dont les locuteurs se

servent dans le discours et les moyens par lesquels il est possible de repérer les *séquences*.



Source : Adam, 2011 : 45

Schéma 6 : Niveaux ou paliers d'analyse du discours et d'analyse textuelle

Aucun texte ne peut être observé isolément, mais seulement dans la chaîne discursive (Adam, 2011a : 251). J. M. Adam définit l'unité textuelle minimale (micro-unité syntaxique) comme une proposition-énoncé. Ensuite, les propositions-énoncés se combinent, les uns avec les autres, en macro-propositions qu'il appelle *périodes* et *séquences*. Les propositions-énoncés sont déterminées par trois dimensions complémentaires : référentielle, énonciative et argumentative. L'opération de texturisation comprend les opérations de segmentation et les opérations de liage.

Les opérations de liage produisent les propositions ou les *périodes* (les unités plus grandes que la phrase) et les *séquences* (les segments traversés par prototypes). Les séquences ou les mouvements sont consacrés uniquement à un acte de communication.

Dans la même séquence, on peut *expliquer, décrire* ou *argumenter*. Adam (2011a : 103) propose cinq opérations de liage :

- liage du signifié – pour assurer la continuité référentielle, la cohésion isotopique, etc. ;
- connexions – elles permettent la délimitation des unités textuelles au moyen de connecteurs (mais, car, puisque, etc.) et des organisateurs (puis, d'autre part, en somme, etc.) ;
- implication – les présupposés et les sous-entendus ;
- séquence d'acte de discours – une dimension pragmatique ;
- liage du signifiant – reprises phoniques, rythmiques, lexicales, morphosyntaxiques.

Dans la didactique des langues, « le texte est au service de la tâche ». Lorsque les objectifs de la tâche sont définis, on peut mettre en œuvre les activités de communication langagière en se servant des textes correspondants (Bourgignon, 2009 : 58).

1.12. Genres de discours

Un texte peut comporter plusieurs types discursifs. La typologie des textes (la typologie discursive) s'inspire de la pragmatique et des théories de la communication. Les genres de discours ou types de discours sont largement étudiés tout d'abord par Bakhtine (Bakhtine 1984 : 285). Il s'agit des genres de discours soumis aux règles thématiques, formels et énonciatifs. Selon lui, les genres de discours organisent notre parole.

« La richesse et la variété des genres de discours sont indéfinis car la variété virtuelle de l'activité humaine est inépuisable et chaque sphère de cette activité comporte un répertoire des genres du discours qui va se différenciant et s'amplifiant à mesure que se développe et se complexifie la sphère donnée. » (Bakhtine, 1984 : 265)

« La variété des genres du discours présuppose la variété des visées intentionnelles de celui qui parle ou écrit. Le désir de rendre son discours intelligible n'est qu'un *élément* abstrait de l'intention discursive dans son *tout*. »
(Ibidem, 275)

Beacco et ses collaborateurs (2007 : 96) définissent les genres de discours ou genres discursifs en tant que :

« ... les formes prises par la communication telle qu'elle s'effectue dans une situation sociale et une communauté de communication données, identifiées comme telles par des paramètres (lieu, type de participants...) et où prend place une forme discursive spécifique... »

Pour le classement des textes, Adam (2011b) s'appuie sur l'hypothèse de Bakhtine, mais il utilise les termes *formes* ou *schémas prototypiques* (les prototypes). Par ailleurs, le texte réalise plusieurs modes du discours : *expressif*, *énonciatif*, *descriptif*, *narratif* et *argumentatif*. Même si sa classification est l'objet de critiques parce qu'elle est trop schématisée, elle peut être très utile en FOS, puisqu'elle définit clairement les caractéristiques linguistiques de chaque mode. Adam classe les textes comme :

- Configuration pragmatique :
 - Texte comme séquence d'acte de discours (promesse, menace, etc.) ;
 - Un classement énonciatif qui envisage le texte par rapport aux plans d'énonciation ;
 - Un classement sémantico-cognitif, selon la cohésion du texte.

- Suite de proposition :
 - Selon les critères de connexité. C'est un classement compositionnel, les unités linguistiques qui produisent le sens ;
 - Selon l'organisation séquentielle de la textualité. À partir de ce classement Adam décrit les prototypes de séquences : séquence narrative (récit), descriptive, explicative, argumentative et dialogale.

Les traits caractéristiques du discours sont la présence des séquences qui ne se définissent pas forcément par la présence d'acteurs ou par une succession d'événements. Les séquences permettent le traitement de l'hétérogénéité textuelle qu'Adam nomme la structure séquentielle hétérogène. Il y a deux cas : l'insertion de séquence et la dominante séquentielle. Dans cette thèse, la typologie discursive d'Adam nous aidera à catégoriser les textes de notre corpus par les règles. La première classification se fera entre les genres *oraux* et *écrits*, puis ensuite au sein de cette classification nous essaierons d'établir une classification ultérieure pour trouver les formules qui se répètent régulièrement.

1.13. Analyse du discours en Serbie

L'analyse du discours en Serbie a commencé à se développer à partir des années 1980. Les résultats de ces recherches feront l'objet de nombreuses œuvres, telles que : *Diskurs u predškolskoj ustanovi* (Jocić et Vasić), *Religijski diskurs* (Savić), *Diskurs pisanih poruka namenjen govorenju* (Mitro), etc. Dans les années 1990-1993, le projet yougoslave-américain, intitulé *Kako diskurs i tipologija održavaju kogniciju : vreme, aspekt i modalnost u srpskohrvatskom jeziku* a été créé, confrontant les deux sujets interdisciplinaires : le discours et la typologie des langues.

Au cours des dernières années, l'analyse du discours devient une des plus importantes recherches linguistiques interdisciplinaires en Serbie. Avant tout, il s'agit d'une analyse du discours public, d'une analyse de genre, d'une analyse du discours médiatique, d'une analyse du discours politique et d'une analyse critique du discours. Nous ne citerons que quelques œuvres, comme : *Diskurs analiza* (Savić, 1993), *Zbornik Diskurs i diskursi* (sous dir. Vasić, 2010), *Pisani diskursi : fax i e-mail poruke* (Mitro) *Službeni razgovori* (Mitro), *Politički diskurs* (Savić), *Analiza žanra – Diskurs jezika struke* (Lakić, 1999), *Diskurzne funkcije rada reči u engleskom jeziku* (Mišić-Ilić), etc. L'analyse du discours public en Serbie sur la base de la linguistique cognitive (métaphores) et de l'analyse critique du discours a été étudiée par Silaški

(2009) et ses collaborateurs. Les résultats de leurs recherches sont publiés dans le livre *Javni diskurs Srbije*. Pourtant, il n'y a pas d'études plus détaillées sur l'analyse du discours économique et commercial qui pourraient être utilisées dans la didactique des langues sur objectif spécifique ou des langues de spécialité.

1.14. Didactique des langues sur objectif spécifique en Serbie

L'apprentissage des langues étrangères en Serbie commence en 1808, tandis que la didactique de la langue française en Serbie commence en 1839. À la fin du XIX siècle de nombreux manuels et dictionnaires commençaient à être publiés (Stikić, 2005 ; Ignjačević, 2004). Concernant la didactique des langues sur objectif spécifique (LOS), l'Organisation des professeurs et l'Association de Linguistique Appliquée de Yougoslavie (JDPL)³⁹ ont eu à faire la première consultation le 16 et 17 novembre 1979 à Belgrade, concernant le sujet des langues de spécialités (Lainović-Stojanović, 2009 : 227). En 2012, le cinquantième anniversaire de la recherche scientifique d'anglais sur objectif spécifique en Serbie est officiellement marqué par les colloques scientifiques – *Jezici nauke i struke* (Silaški et Đurović, 2013 : 5). Concernant les études du FOS/FS en Serbie, il n'est possible de trouver que quelques articles parus dans les œuvres collectives des colloques destinés aux langues de spécialités :

- A. Vujović (2011) a souligné l'importance de la collection et de l'analyse des données dans l'enseignement/apprentissage du FOS ;
- V. Cakeljčić (2009, 2011) décrit l'implication de l'Internet dans la didactique et les enjeux du français des affaires ;
- T. Dinić (2009, 2011) parle de l'application de l'approche actionnelle dans la didactique du FOS et de la didactique du FOU;

³⁹L'Association de linguistique appliquée de Yougoslavie (JDPL) est fondée en 1972. Plus tard, elle a changé le nom et devient l'Association de Linguistique Appliquée de Serbie (DPLS – ALAS). ALAS est le membre de l'Association internationale de Linguistique appliquée – AILA). Plus d'information sur le lien : <http://dpls-alas.rs/index.html> [08.09. 2013.]

- J. Vidić (2009) décrit les enjeux et les difficultés du français de spécialité à la Faculté de philosophie ;
- N. Ikodinović (2011) a décrit l'emploi des sigles dans le français des affaires ;
- K. Melić (2009) décrit l'importance des compétences communicatives et des spécificités culturelles pour la communication professionnelle.
- etc.

À présent, la Section des professeurs universitaires des langues étrangères de spécialité (SPULES) organise les colloques⁴⁰ internationaux consacrés aux langues de spécialités utilisées dans les différents domaines professionnels (économie, droit, médecine, pharmacie, tourisme, télécommunications, etc.). Les sections se tiennent en plusieurs langues : anglais, français, allemand, russe, espagnol et italien. En outre, la chaire de français à Belgrade est en coopération avec l'Université d'Orléans pour les études de master *Langues, Affaires et Commerce international* (LACI). Tout l'enseignement de ce programme se déroule à la Faculté de philologie de Belgrade en français et en anglais. La faculté de l'économie⁴¹ à Belgrade organise les masters internationaux en économie et gestion d'entreprise en coopération avec HEC-Paris et Macroéconomie, alors que l'économie en transition s'organise avec l'Université de Nice. La chaire de français à Kragujevac offre le programme du français des affaires (*francuski poslovni jezik*) aux études de Master, disponible pour les étudiants de cette faculté, ainsi que pour les étudiants des autres facultés. La chaire de français à Niš a prévu dans son programme la didactique du français de spécialité et le français des relations internationales.

Lorsque la Serbie a signé la Déclaration de Bologne, elle est devenue la partie intégrante d'un unique espace universitaire européen. Cependant, la Serbie devrait

⁴⁰Ces conférences se tiennent tous les trois ans dans les différentes facultés avec l'objectif de promouvoir l'apprentissage des langues étrangères dans les systèmes éducatifs modernes. L'organisation de ces conférences est en collaboration avec la Section des enseignants universitaires des langues étrangères (SUNSJS). Plus d'information voir sur le lien :

<http://lspbg2014.fon.bg.ac.rs/wp-content/uploads/2014/02/LSPBG2014-Appel-%C3%A0-communication.pdf> [08.09. 2013.]

⁴¹Plus d'information voir sur le lien : <http://upis.ekof.bg.ac.rs/studije.php?studije=diplomske-akademske-studije> [08.09. 2013.]

adopter ses programmes d'études avec les programmes européens et avec les besoins réels de la société, ce qui inclut aussi l'adaptation de l'apprentissage/enseignement des langues étrangères (v. Vujović, 2009). Selon le classement du *Rapport sur la Compétitivité mondiale*⁴² publié par *Forum Économique Mondial* (WEF) en 2013, la Serbie est classée à la 101^e place parmi 148 pays (Schwab et al, 2013 : 335). Par ailleurs, le cinquième pilier concerne l'enseignement supérieur et la formation, c'est-à-dire l'amélioration de la qualité de l'éducation, la capacité des employés à s'adapter à l'environnement professionnel et leur volonté de renforcer leurs compétences et leurs connaissances. Selon ce critère, le degré de la formation des employés en Serbie occupe la 130^e place (Klaus et al., 2011 : 295).

La situation s'améliore quand même. Le projet *Tempus* de l'Union européenne finance les réformes de l'apprentissage des langues étrangères en Serbie. À l'occasion de la *Journée européenne* en 2013, une conférence sur le plurilinguisme a eu lieu en Serbie, lors de laquelle, l'importance de l'apprentissage des langues étrangères a été soulignée. Par contre, on ne montre pas assez d'importance au rôle que les langues étrangères ont dans les relations économiques internationales et dans le commerce extérieur. Dans l'article *l'Approche plurilinguistique dans le commerce extérieur comme le facteur de la croissance économique de la République de Serbie*, Živković (2013d : 222) décrit les stratégies linguistiques applicables en Serbie, dans le but d'améliorer des relations économiques internationales.

1.15. Conclusion

La crise économique mondiale au cours des dernières années a montré l'importance de la compréhension des concepts et des mécanismes de l'économie

⁴²L'indice mondial de la compétitivité (*Global Competitiveness Index*) est basé sur 12 piliers. La fondation pour le développement des sciences économiques (FREN) en tant que partenaire local du Forum Économique Mondial indique les facteurs qui ont influencé le changement et la situation actuelle de la Serbie. Plus d'information voir sur le lien : <http://www.inkluzija.gov.rs/wp-content/uploads/2013/09/KONKURENTNOST-SRBIJE-ZA-2013.-GODINU.pdf> [08.09. 2013.]

mondialisée. Bien que jusqu'à récemment on pensait que la connaissance de la langue anglaise est suffisante dans les affaires, les études mentionnées au début de cette thèse, ont montré que ce n'est pas le cas et que la connaissance du français pour la coopération économique avec le monde francophone est indispensable.

Par conséquent, l'enseignement/apprentissage des langues étrangères devrait être soutenu à tous les niveaux du système éducatif. Si les états ne s'aperçoivent pas le potentiel économique du plurilinguisme, ils perdront la bataille dans la compétition mondiale de nouveaux pays industrialisés. En particulier dans l'UE, mais aussi en Asie et en Amérique latine, une grande attention est accordée au rôle du plurilinguisme dans les affaires. En établissant des stratégies pour l'enseignement/apprentissage des langues étrangères comme un des facteurs pour l'amélioration du commerce extérieur, on crée les conditions pour la compétitivité de la Serbie et d'une certaine mesure, la résolution des problèmes de la croissance économique. Pour pouvoir répondre à cette demande, les enseignants doivent connaître les différentes méthodologies d'enseignement, mais aussi les principes et les enjeux de la communication professionnelle.

La compréhension du fonctionnement et la connaissance des principaux types de la communication professionnelle sont d'une grande importance dans les affaires. L'efficacité de la communication professionnelle se voit par la qualité du travail de l'organisation, l'image de l'entreprise et par le succès du produit ou du service sur le marché. Pourtant, il n'est pas possible d'imaginer une communication professionnelle réussie avec des clients, des fournisseurs et d'autres partenaires de l'entreprise, sans une bonne maîtrise des compétences de la communication.

Comme la langue française est l'une des plus importantes des langues dans le commerce internationale et la plus indispensable pour la coopération économique avec le milieu francophone, l'application des méthodes FOS ou FS dans l'enseignement/apprentissage de la langue française est plus que nécessaire. Ces méthodes se composent de plusieurs étapes :

- 1) l'identification de la demande précise ou comme une offre ;

- 2) l'analyse les besoins langagiers des apprenants, des institutions et des entreprises ;
- 3) la collecte les données en entrant en contact direct avec les documents authentiques de l'entreprise ;
- 4) l'analyse des données recueillies ;
- 5) la conception des cours.

Tableau 6 : L'implication des théories d'AD présentées dans l'ancrage théorique pour l'analyse le corpus

Divers approches de l'AD	Implication des théories de l'AD dans le discours économique et commercial
Approche énonciative	La définition de la situation d'énonciation (identification des participants, du temps, du lieu et des objectifs de la communication) est indispensable pour une communication professionnelle efficace.
Approche communicationnelle	La compréhension des enjeux de la transmission du message dans la communication professionnelle tels que le processus d'encodage du message de l'émetteur et son décodage du récepteur, la détermination du canal et la détection du bruit.
Approche conversationnelle et interactionnelle	Détermination du rôle de la langue au travail et l'analyse de la conversation au travail dans le fonctionnement quotidien. L'analyse de l'interaction entre les partenaires professionnelles lors d'une négociation commerciale, lors d'une réunion, etc.
Dialogisme et polyphonie	Les références à d'autres idées, conversations, réunions, courriels, documents, comptes précédents ou à d'autres personnes lors d'une communication professionnelle.
Approche sociolinguistique	Le traitement de la problématique de la signification du contexte situationnel et du locuteur lui-même. Les éléments interculturels présentés dans le discours.
Approche sémiotique	L'étude de certains signes et l'image de l'entreprise (par exemple, l'analyse de l'image d'une entreprise ou d'un produit).
Analyse critique du discours	L'analyse critique des discours politiques concernant la réglementation d'économie. L'analyse des raisons pour ou contre l'application des certains programmes sociaux.
Pragmatique et les actes du langage	Savoir influencer l'interlocuteur vers une action ou vers le changement du comportement, d'attitude, de la croyance, de la valeur, etc. (Par exemple, persuader ou convaincre le locuteur). Détermination du contexte dans lequel pourrait se situer la communication professionnelle.

La linguistique appliquée joue un rôle important devant la demande de la formation des publics professionnels. Pour pouvoir répondre à cette demande, il est nécessaire de faire les analyses du discours employé dans les milieux professionnels. Alors, tout d'abord,

nous avons décrit l'ancrage théorique de l'AD et un bref parcours historique du son développement. Les différentes approches citées dans ce chapitre montrent que l'AD se situe dans le carrefour des sciences humaines. À la fin de chaque approche, nous avons signalé la façon dont elle peut être appliquée à l'analyse du discours économique et commercial (voir le tableau 6).

Jusqu'à présent, en Serbie, l'attention a été consacrée principalement aux analyses du discours politique, médiatique et publicitaire. Cependant peu d'études s'intéressaient aux caractéristiques linguistiques du discours économique et commercial. En outre, selon de nombreux paramètres, en Serbie il est nécessaire d'améliorer la didactique des langues étrangères et de l'adapter aux besoins actuels de la société. Par conséquent, pour pouvoir comprendre le public et adapter l'enseignement aux besoins des apprenants, il est nécessaire aussi de prendre en compte tout le contexte de l'enseignement. La partie prochaine sera consacrée à la description du contexte socio-économique de la Serbie.

2. DEUXIEME PARTIE

ENSEIGNEMENT DU FRANÇAIS DANS LE CONTEXTE SOCIO- ÉCONOMIQUE EN SERBIE

2.1. Introduction

Avant l'élaboration d'un programme, l'une des premières étapes de l'apprentissage des langues étrangères consiste dans la définition du contexte de l'enseignement. Pourtant, certains enseignants ont tendance à limiter le contexte de l'enseignement au système de la classe, ce qui empêche une vision d'ensemble et un esprit de synthèses nécessaires pour surmonter les situations complexes de l'enseignement. Alors, il est important d'examiner un large contexte de la situation éducative pour pouvoir adéquatement intervenir et agir.

Une didactique des langues étrangères efficaces n'est pas possible sans prendre en compte les différents contextes et les différents points de vue de ses acteurs. Le système éducatif est « en contact permanent avec son environnement institutionnel, social, culturel, politique, économique, avec qui il entretient continuellement des interactions » (Eurin et Henao, 1992 : 18). Dans cette partie nous avons l'intention de décrire le contexte de l'enseignement/apprentissage de la langue française en Serbie et le contexte socio-économique, en se basant sur le modèle d'analyse proposé par Eurin et Henao. Ils proposent les différents modèles pour la description des situations éducatives en Français Langue Étrangère (FLE). Nous nous intéresserons principalement au modèle destiné pour la description de l'enseignement de FLE en pays non francophone. Ce modèle se base sur la définition des trois macro-systèmes :

- 1) le système éducatif du pays concerné ;
- 2) la coopération et la relation internationale du pays concerné ;
- 3) la vie personnelle des agents de la situation éducative.

Alors, dans un premier temps, nous voudrions définir le contexte d'enseignement et d'apprentissage des langues étrangères en Serbie. La description du système éducatif de la Serbie comprend :

- a) La description des établissements nationaux publics et le système d'enseignement supérieur en Serbie ;
- b) Les établissements privés à forte présence française ;
- c) Les cours privés et particuliers du français en Serbie.

Dans un deuxième temps, nous décrirons la coopération et les relations internationales de la Serbie. Ce macro-système inclut :

- a) La politique du système éducatif français pour l'enseignement du français à l'étranger, c'est-à-dire les différentes associations et les institutions françaises chargées de la promotion de la langue française ;
- b) La présence française en Serbie par les différentes institutions ;
- c) La présence de la Serbie à l'étranger ;
- d) La coopération de la Serbie avec le monde francophone.

En outre, nous présenterons quelques caractéristiques de la vie privée des agents inclus dans la situation éducative :

- a) L'ensemble des enseignants français en Serbie
- b) L'ensemble des enseignants nationaux et leurs caractéristiques
- c) Les caractéristiques des apprenants en Serbie.

Une attention particulière sera consacrée aux relations économiques franco-serbes et à la coopération des deux pays ayant une longue tradition de bonne amitié. Selon les paroles de N. Herriau, l'ingénieur financier chez ANSON Partners en Serbie, « L'investisseur doit être conscient de spécificités historiques et culturelles propres à la Serbie » (Coste, 2010 : 43). Nous citerons également les institutions chargées de leur amélioration et de leur promotion. Bien que l'échange commercial entre les deux pays ne soit pas actuellement à un niveau satisfaisant par rapport au potentiel qui existe, il y a une tendance de son amélioration. Nous présenterons aussi les relations de la Serbie avec les pays francophones et en particulier avec l'Algérie, le pays avec lequel la Serbie a traditionnellement de bonnes relations.

La politique de l'économie mondiale, l'intégration européenne et le progrès technologique ont conduit au fait que chaque institution, chaque entreprise et chaque apprenant ont différents besoins langagiers. Les besoins langagiers des entreprises dépendent des secteurs de l'activité, ainsi que des types de l'entreprise. Conformément à ce fait, dans cette partie nous examinerons la demande de formation, ainsi que les besoins langagiers des apprenants et des entreprises en Serbie. Nous soulignerons quelques outils pour la collecte et l'analyse efficace des besoins langagiers, ainsi leurs importances dans la didactique des langues étrangères. Pour les besoins de cette thèse, une enquête est menée auprès des étudiants de la première et de la deuxième année de la Faculté de droit et des affaires et de la Faculté de l'économie à Niš, afin de démontrer les plus importants besoins des apprenants en Serbie.

2.2. Environnement éducatif

La définition de l'environnement éducatif prend une place centrale dans la didactique des langues étrangères aujourd'hui. L'environnement éducatif est « tout ce qui entoure un enseignement et un apprentissage, c'est-à-dire, par conséquent, de l'ensemble des conditions qui interviennent dans le déroulement de ceux-ci et exerce une influence sur eux. » (Cuq, 2003 : 85 ; voir aussi Bugarski, 1996a : 181). L'analyse systématique de l'environnement éducatif est une action qui permet la décomposition de tous les éléments pour la détermination du contenu linguistique le plus approprié à la situation et aux enseignements. Dans son article *Au carrefour des métiers d'enseignant, de formateur, de chercheur*, Bucheton (2008 : 210) constate :

« Pas de didactique du français sans prise en compte du point de vue de ses acteurs divers. Pas de transformation de pratiques (notre visée générale) sans tenir compte de l'activité partagée, réelle et dynamique des maîtres et des élèves. Pas de didactique du français sans prise en compte des contextes sociaux scolaires disciplinaires dans lesquels les pratiques langagières scolaires mettent en travail le sujet dans la globalité de sa personne. »

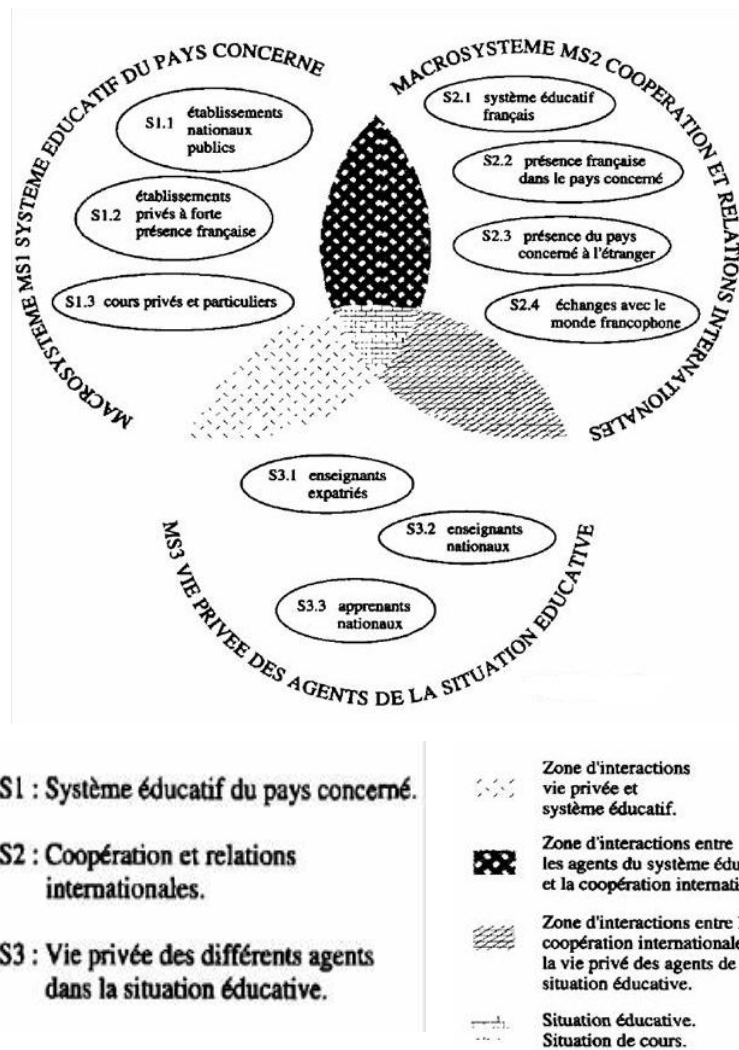
Au sens large, l'environnement éducatif des langues étrangères se compose de différents réseaux nationaux et internationaux. *La politique linguistique*⁴³ de chaque pays est « tributaires d'enjeux et de contraintes » socio-économiques et sociopolitique qui consiste dans « l'unification ou consolidation de l'unité d'une nation, le respect de diversités linguistiques et culturelles sur son territoire » (Gohard-Radenkovic, 1999 : 41). Le système dans la classe n'est pas un système clos et autonome, mais un sous-système d'un système beaucoup plus vaste. Ce système est en relation permanente avec les éléments des autres micro-systèmes.

« ...la demande de formation s'inscrit toujours dans une situation éducative qui elle-même fait partie d'un ensemble plus vaste : le système éducatif et les systèmes de coopération entre deux pays, le système social du pays où se réalise la formation. » (Eurin et Henao, 1992 : 12)

Eurin et Henao (1992 : 44) proposent un schéma pour l'enseignement du FLE dans les pays non francophones (voir le schéma 7). Pour la description du contexte éducatif de la langue française en Serbie, en grande partie, on s'est appuyé sur ce schéma. Dans leur livre *Pratiques du français scientifique*, ils décomposent le système éducatif en trois macro-systèmes :

- 1) Le système éducatif du pays - macro-systèmes (MS1) ;
- 2) La coopération et relations internationales - macro-systèmes (MS2) ;
- 3) La vie privée des agents de la situation éducative - macro-systèmes (MS3).

⁴³La politique linguistique est tout d'abord une politique qui a pour l'objectif de mener les actions d'une communauté pour développer au mieux la diffusion d'une langue. La communauté peut être publique (un état, une région, une ville).ou privée (une association, une entreprise, une chaîne de télévision, etc.) (Porcher et Faro – Hanoun, 2000).



Source: Eurin et Henao, 1992 : 44

Schéma 7. : Les macro- systèmes d'éducation d'après Eurin et Henao

Ces trois macro-systèmes peuvent être décomposés en un nombre illimité des systèmes. En outre, Eurin et Henao font la distinction de quatre zones d'interrelation :

- 1) la vie privée et le système éducatif (A) ;
- 2) les agents du système éducatif et la coopération internationale (B) ;
- 3) la coopération internationale et la vie privée des agents de la situation éducative (C) ;
- 4) la situation éducative et la situation de cours (D).

2.3. Système éducatif de la Serbie (MS1)

Le premier macro-système, *le système éducatif du pays concerné* (MS1) décrit la situation de l'enseignement/apprentissage en Serbie. Ce macro – système comprend encore trois systèmes :

- 1) Les établissements nationaux publics (S1.1) ;
- 2) Les établissements privés à forte présence française (S1.2) ;
- 3) Les cours privés et particuliers (S1.3).

Les établissements nationaux publics (S1.1) comprennent l'ensemble des établissements dépendants du Ministère de l'éducation, de la science et du développement technologique. *Le conseil national de l'enseignement supérieur* est la plus haute institution chargée de veiller à l'élaboration et l'amélioration de la qualité de l'enseignement supérieur en Serbie (<http://nsvo.etf.rs/>). L'enseignement supérieur en Serbie se compose de trois cycles: licence, master et doctorat (voir le tableau 7).

Tableau 7: L'enseignement supérieur serbe

1 ^{er} cycle	licence	3 ans
2 ^e cycle	master	2 ans
3 ^e cycle	doctorat	3 ans

La *déclaration de Bologne* s'applique en Serbie depuis 2006. Cependant, le système d'enseignement supérieur est encore un système fermé, sauf un nombre négligeable de programmes communs avec des universités étrangères. Il n'y a pas beaucoup de programmes réalisés entre les universités serbes et les universités étrangères renommées. La mobilité des enseignants et des étudiants n'est pas résolue systématiquement, il n'y a pas d'orientation stratégique et il n'y a pas de conditions préalables financières et administratives pour la réalisation (Vlada Republike Srbije, 2011 : 150).

Le nombre des étudiants étrangers qui étudient en Serbie est d'un niveau très bas. Selon les résultats de l'Université de Belgrade publiés dans les journaux quotidiens, le nombre des étudiants étrangers en Serbie, au lieu d'augmenter, il est en diminution

constante. Il y a 30 ans ou 40 ans, à l'Université de Belgrade, il y avait 30 000 des étudiants étrangers et 50 000 des étudiants nationaux. En 2013, seulement 37 étudiants étrangers se sont inscrits à l'Université de Belgrade. Actuellement, dans toutes les universités en Serbie il y a un peu plus de 2200 étudiants étrangers (*Večernje novosti*, 07 juin 2013).

Même si plusieurs projets internationaux sont en train de se réaliser, le nombre des étudiants étrangers est toujours insuffisant. La stratégie de développement de l'enseignement supérieur en Serbie jusqu'à 2020, prévoit que 10 % des étudiants soit les étrangers. Le plan comprend la coopération avec les universités de la région, le meilleur logement pour les étudiants étrangers dans les campus des étudiants et l'enseignement en langues étrangères (*Politika*, 22 mars 2014). La stratégie *Europe 2020*⁴⁴ (UE 2020) - la stratégie pour une croissance intelligente, durable et inclusive a pour priorités :

- Le développement de l'économie basée sur les connaissances, innovations et la compétitivité et la participation plus efficace sur le marché du travail ;
- L'alignement du développement des pays candidats avec les objectifs de l'UE pour une coopération plus efficace.

Concernant l'enseignement/apprentissage des langues étrangères en Serbie, depuis 2005, dans les écoles primaires les élèves apprennent l'anglais dès la première année. Les élèves commencent à étudier la deuxième langue (le choix entre allemand, français, russe, italiens et espagnol) dès la cinquième classe (voir le tableau 8). Dans certains lycées spécialisés les élèves ont une troisième langue étrangère.

⁴⁴La stratégie *Europe 2020* est une stratégie de coordination des politiques économiques au sein de l'UE, qui est officiellement adoptée en 2010. Plus d'information sur le lien : http://ec.europa.eu/archives/commission_2010-2014/president/news/documents/pdf/20100303_1_fr.pdf [14.01.2015.]

Tableau 8 : L'apprentissage de la deuxième langue au lycée

La deuxième langue étrangère	Le nombre des élèves ⁴⁵
allemand	90 000
français	80 000
russe	62 000
italien	8 000
espagnol	6 000

Au cours des dernières années, la langue étrangère la plus populaire dans les écoles primaires et secondaires en Serbie, après anglais est l'allemand. Souvent, parce que les étudiants envisagent de poursuivre leurs études en Allemagne ou bien d'y chercher un emploi. Avant quelques années, au lieu de l'allemand, la plus populaire langue était le français, mais à présent sa popularité a commencé à décliner. L'intérêt pour l'apprentissage des langues étrangères dans les écoles dépend aussi en grande partie de la situation socio-économique dans le pays. Ainsi, par exemple l'intérêt pour le russe a augmenté lorsque la décision sur le début de la construction de la section du gazoduc « South Stream » était évidente, mais aussitôt il a diminué lorsque le projet est arrêté. Par ailleurs, dernièrement l'intérêt pour le chinois augmente, mais pour l'instant seulement un projet pilote existe dans 29 écoles.

L'enseignement des langues étrangères dans les cours de primaires et secondaires dépend des programmes définis par le ministère. Cependant, les universités ont une sorte d'autonomie de créer eux-mêmes les programmes d'apprentissage. Les universités ayant une chaire de la langue et littérature française sont :

- Université de Belgrade
<http://www.fil.bg.ac.rs/katedre/francuski/index.html>
- Université de Novi Sad
http://www.ff.uns.ac.rs/studije/osnovne/studije_osnovne_romanistika.html
- Université de Niš

⁴⁵ Plus d'information sur le lien : <http://srednjeskole.edukacija.rs/obrazovanje/koji-jezici-se-u-ce-u-skolama-u-srbiji> [15.01.2015.]

<http://www.filfak.ni.ac.rs/organizacija/departmani/francuski-jezik-i-knjizevnost.html>

- Université de Kragujevac

http://www.filum.kg.ac.rs/index.php?option=com_content&view=article&id=50&Itemid=63

Établissements privés à forte présence française (S1.1) sont des établissements et des associations avec une présence plus ou moins grande de la France :

- *Belgrade Accueil*. Cette association, membre de la Fédération Internationale des Accueils français et francophones à l'étranger (FIAFE), propose des cafés rencontres et des diverses activités.

<http://belgradeaccueil.org/site/>

- *Association des diplômés de l'enseignement supérieur français* (ADEF). Cette association est créée en 2006 à Belgrade et elle compte plus de 250 membres. L'objectif principal est le développement d'un réseau des diplômés serbes titulaires d'un diplôme français.

http://www.edef.rs/index_fr.php

- *Union de la presse francophone* (UPF). Formée en 2003, UPF est une association qui regroupe plus de 3000 journalistes dans le monde, dont 100 membres sont en Serbie. Leur objectif est de promouvoir la francophonie dans le pays concerné.

<http://www.presse-francophone.org/>

- *Le petit journal – Belgrade*. Le journal en ligne facilite la découverte de Belgrade dans ses différents aspects (politique, économique, culture, etc.)

<http://www.lepetitjournal.com/>

- *Café français à Belgrade – Alavotre* est le café où il est possible de partager les impressions sur Belgrade, discuter de l'actualité, bouquiner les livres, etc.

Cours privés et particuliers (S.1.3). Les cours privés de français peuvent être suivis dans les différentes écoles privées des langues étrangères qui existent partout en Serbie et à l'Institut français. Cependant, les cours particuliers de français, ainsi que les certificats, n'est possible d'obtenir en Serbie qu'à l'Institut français. Depuis 2009, dans

les écoles primaires à Belgrade, Novi Sad, Niš et Pirot, les élèves des classes supérieures peuvent être organisés en classes spéciales où l'enseignement est bilingue. L'enseignement se déroule en serbe et 35 – 45 % en anglais, français ou italien.

*

Les réformes de l'enseignement supérieur en Serbie mènent au développement économique et social du pays, parce que ces réformes devraient être fondées sur des connaissances et des compétences dans les différents domaines. Grâce aux projets⁴⁶ financés par l'UE, les jeunes en Serbie auront plus d'occasion d'étudier dans les institutions d'enseignement supérieur plus efficaces, ce qui entraînera une plus grande reconnaissance des compétences acquises à l'étranger. *L'espace européen de l'enseignement supérieur* (EEES)⁴⁷ se développe par la coopération internationale et les échanges universitaires. D'une perspective plus large, l'accélération de la réforme de l'enseignement supérieur est cruciale pour les universités serbes, afin de pouvoir se positionner sur le niveau européen et international et améliorer leur compétitivité internationale.

2.4. Coopération et relations internationales de la Serbie (MS2)

Le macro – système (MS2) regroupe tous les secteurs de la vie internationale de la Serbie, mais aussi la politique du système éducatif de la France pour l'enseignement de la langue française à l'étranger. Il fait également la référence à la nature des liens historiques et économiques que la Serbie entretient avec l'étranger, avant tout avec la France, mais aussi avec le monde francophone en général. La didactique et les

⁴⁶Plus d'information voir sur le lien :

http://www.coe.org.rs/def/tdoc_sr/coe_office_in_belgrade/projects_sr/?conid=62 [22.11.2014.]

⁴⁷Plus d'information voir sur le lien : <http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/pid25260/l-espace-europeen-de-l-enseignement-superieur.html> [22.11.2014.]

enseignants des langues étrangères sont ceux qui devraient jouer le rôle de médiateur entre la culture nationale et la culture de la langue cible. Il est nécessaire de parler des conflits du passé et actuels qui peuvent exister éventuellement entre le pays d'où l'étudiant vient et le pays dont il apprend la langue, ainsi que des relations bilatérales en général qui existent entre les deux pays.

Bien sûr, cela implique que professeur des langues étrangères doit connaître, à part les règles linguistiques et grammaticales, aussi la culture et les valeurs de la langue étrangère qu'il enseigne. Portant, en tant que médiateur il doit aussi connaître sa propre culture et ses valeurs (Živković, 2013b : 665). Ce macro – système comprend encore quatre systèmes :

- 1) La politique du système éducatif français pour l'enseignement de la langue française à l'étranger, c'est-à-dire les différentes associations et les institutions françaises chargées pour la promotion de la langue française (S2.1) ;
- 2) La présence française en Serbie par les différentes institutions (S2.2) ;
- 3) La présence de la Serbie à l'étranger (S2.3) ;
- 4) La coopération de la Serbie avec le monde francophone (S2.4).

2.4.1. Politique du système éducatif français pour l'enseignement de la langue française à l'étranger (S2.1)

La politique du système éducatif français pour l'enseignement du français à l'étranger (S2.1) concerne la présence de la France par ses associations, institutions, ses coopérants et les offres de formation (bourses, invitations, événements, etc.) à l'étranger:

- *Le ministère des Affaires étrangères et du Développement international* - l'institution la plus importante en tant que décideuse de la politique de coopération linguistique et éducative en France. Aujourd'hui le FOS représente une de ses priorités dans la didactique du FLE.
<http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/>

- *Agence pour l'enseignement français à l'étranger* (AEFE) - un réseau unique au monde, présent dans 135 pays, avec 494 établissements et 330 000 élèves. <http://www.aefe.fr/>
- *Edufrance* - une agence qui offre la formation et les échanges dans le domaine scientifique. <http://www.edufrance.fr/>
- *Alliance française* - une association qui a pour l'objectif de rayonner la culture française dans le monde. <http://www.fondation-alliancefr.org/>
- *Campus France* - l'agence française pour la promotion de l'enseignement supérieur, l'accueil et la mobilité internationale. Depuis le mars 2012, la Serbie dispose d'un statut de candidat. <http://www.campusfrance.org/fr>

Les associations professionnelles :

- *Fédération internationale des professeurs de français* (FIPF). Cette fédération est fondée en 1969 et compte près de 80 000 professeurs répartis dans plus de 180 associations dans 140 pays différents. <http://fipf.org/>
- *Association des centres universitaires d'études françaises pour l'étranger* (ADCUEFE). Le réseau des centres universitaires de FLE regroupe 40 universités françaises qui proposent des programmes de français pour les étudiants et enseignants. <http://campus-fle.fr/>
- *Centre international d'études pédagogiques* (CIEP). Créé en 1945, le CIEP est reconnu par ses compétences dans le domaine de formation, d'évaluation et de gestion des projets internationaux. <http://www.ciep.fr/>

Par ailleurs, la France finance la spécialisation des jeunes professionnels pour les études de master et les études doctorales. Afin de promouvoir la coopération entre la France et la Serbie et d'encourager la mobilité des étudiants serbes, plusieurs bourses sont disponibles⁴⁸ :

- Bourses du fonds des jeunes talents de la République de Serbie,

⁴⁸Les bourses couvrent les frais de la scolarité et de la vie en France, y compris la protection sociale. Les étudiants sélectionnés auront le statut de Boursier du Gouvernement français. Les deux types de bourses existent pour les étudiants désirant venir en France : 1) les bourses du gouvernement français attribuées par les services de coopération et d'action culturelle (SCAC) d'ambassade de France en Serbie et 2) les bourses des institutions internationales et des organisations non – gouvernementales. Plus d'informations voir dans le web site de la Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche *Je vais en France*, et sur le lien : <http://www.institutfrancais.rs/fr/06b.html> [24.09.2012.]

- Bourses du Gouvernement français,
- Bourses cofinancée par des entreprises (Institut ISFRDA, Michelin, Somboled et Freyssinet),
- Bourses de recherche scientifique (Fernand Braudel-IFER, Pavle Savic et Research in Paris),
- Bourses internationales de l'ENS Cachan,
- Formation rémunérée pour médecins (DFMS et DFMSA),
- Bourses d'excellence Ampère,
- Bourses d'excellence Eiffel,
- Bourses Erasmus Mundus,
- Bourses d'études en théologie,
- Eiffel doctorat,
- Bourse Crédit Agricole.

Le monde éditorial est très lié à la recherche en didactique des langues étrangères et parfois il influence des méthodes d'enseignement. Nous ne citerons que les plus importants :

- CLE Internationale,
- Didier Hatier,
- Hachette,
- Presses Universitaires de Grenoble (PUG),
- Le Français dans le monde (FDML),
- etc.

Dans les dernières années, l'activité diplomatique⁴⁹ entre la France et la Serbe s'intensifie à nouveau :

- La visite officielle de Premier ministre français en Serbie et la visite du premier ministre serbe en France ;
- Les entretiens entre les ministres des affaires étrangères et entre les ministres de la défense française et serbe ;

⁴⁹Plus d'information sur les relations franco-serbes voir sur le site officiel de l'Ambassade France à Belgrade : <http://www.ambafrance-srb.org/-Visites-bilaterales->

- L'ouverture récente de la chaire de la langue et de la littérature française à Niš.

Pourtant, la Serbie et la France n'ont aucun accord⁵⁰ de la coopération scientifique et technique signé officiellement entre les deux pays. La coopération se réalise grâce aux deux programmes :

- 1) Le contrat signé entre le Ministère de la science, technologie et développement de la République de Serbie et le Ministère des affaires étrangères de la République de la France ;
- 2) La convention signée entre le Ministère de la science et de protection de l'environnement de la République de Serbie et le Centre national de la recherche scientifique (CNRS).

2.4.2. Présence française en Serbie (S2.2)

Ce système regroupe tous les services et agents français en Serbie. La France possède une ambassade à Belgrade, tandis que la Serbie possède une ambassade à Paris et les consulats à Lyon et à Strasbourg. Selon les données de *France Diplomatie* la communauté française en Serbie compte environ 1500 personnes. En outre, la France est présentée en Serbie surtout par l'Ambassade française⁵¹ et ses services :

- *Institut français en Serbie*. Il est opérateur unique de la diplomatie culturelle de la France en Serbie. Le siège du centre est à Belgrade et les centres régionaux se trouvent encore à Niš et à Novi Sad.

<http://www.institutfrancais.rs/fr/01a.html>

- Service de coopérations de l'ambassade :
 - o Coopération linguistique et éducative (espace pour les professeurs de français, stage pédagogique, Service de coopération et d'action culturelle (SCAC)) ;

⁵⁰Plus d'information voir sur le lien :

<http://www.mpn.gov.rs/medjunarodna-saradnja/naucna-saradnja/bilateralala/516-francuska> [26.11.2013.]

⁵¹Pour plus d'informations sur les activités de l'ambassade voir le lien : <http://www.ambafrance-srb.org/-Francais-> [24.09.2012.]

- Coopération universitaire – il existe plusieurs coopérations avec les Facultés des sciences économiques de Belgrade et de Niš, Faculté de Philologie de Belgrade, Université des Arts de Belgrade avec les universités en France pour les études de Master ;
 - Science et recherche ;
 - Coopération audiovisuelle ;
 - Coopération décentralisée ;
 - Coopération institutionnelle (administration publique, justice et santé publique).
- *École française de Belgrade* fondée en 1951, elle est accessible pour le primaire et secondaire. <http://www.efb.rs/spip/spip.php>
- *Assemblée des Français de l'étranger* (AFE), composée de 179 membres, elle est interlocuteur du gouvernement et des postes diplomatiques et consulaires. Les citoyens français expatriés en Serbie sont représentés par trois membres de l'Assemblée des Français. <http://www.assemblee-afe.fr/>
- *Association des professeurs de français de Serbie* (APFS). Cette association est fondée en 1997 avec l'objectif de l'élargissement de la langue et de la culture française en Serbie. <http://www.apfs.edu.rs/fr/index>

2.4.3. Présence de la Serbie à l'étranger (S2.3)

La Serbie a des représentations diplomatiques et consulaires dans 64 pays. La politique étrangère de la Serbie dirige le Ministère des Affaires étrangères⁵² de la République de Serbie. Il existe de nombreuses raisons qui ont affecté négativement les relations de la Serbie avec l'étranger : dommages causés par les guerres et les sanctions économiques, bombardement par l'OTAN, la rupture des relations diplomatiques avec les pays occidentaux, la crise politique causée par la chute du président Milošević, l'assassinat du Premier ministre Djindjić, etc. (Coste, 2010 : 23). Aujourd'hui, l'Union européenne représente le plus important partenaire économique et donc l'un des facteurs

⁵²Pour plus d'information sur la politique étrangère de la République de Serbie voir sur le site officiel du Ministère des Affaires étrangères <http://www.mfa.gov.rs/sr/index.php/spoljna-politika/eu/rep-srbija-eu?lang=cyr> [23.10.2014.]

le plus important de la stabilité économique du pays. C'est la raison pour laquelle l'adhésion à l'UE est la première priorité stratégique de la politique étrangère de la République de Serbie.

Pourtant, des relations entre la Serbie et l'UE sont assez compliquées et leur compréhension n'est possible que dans un aperçu du contexte historique plus large. La chronologie des relations est pleine d'amélioration et de détérioration. Les relations bilatérales entre la Serbie (c'est-à-dire la Yougoslavie à l'époque) et la Communauté européenne (la Communauté économique européenne (CEE) à l'époque) se sont établies en 1967 et elles étaient à un niveau solide jusqu'à la désintégration de la Yougoslavie. Principalement de bonnes relations économiques caractérisent cette période avec la tendance du développement aussi des relations politiques. La détérioration des relations a commencé lorsqu'en 1991 la Communauté européenne impose les sanctions économiques à la Serbie. La culmination du conflit entre l'UE et la Serbie a été en 1999, lorsque les relations bilatérales se sont interrompues totalement et le bombardement de la Serbie a commencé (Radosavljević et Matijević, 2011 : 134-141).

Depuis la transition démocratique en 2000, la Serbie a commencé le renouvellement de ses relations internationales et le rapprochement de l'UE. Le processus de la stabilisation et de l'association de la Serbie et l'UE a officiellement commencé en 2001. Il devrait apercevoir la situation dans le domaine de la vie sociale et économique. La résolution de l'Assemblée nationale de l'intégration européenne a exprimé sa volonté d'adhésion à l'UE et alors, la voie de la Serbie vers l'UE est retracée. D'autre part, l'UE a repéré une priorité pour l'intégration des pays du Balkan occidental dans ses structures (v. Boodts, 2010 : 50, 51).

En 2003, la Serbie a adhéré au Conseil de l'Europe et en 2006, elle a accédé au *Partenariat pour la paix* (PPP). En 2008, la Serbie a signé un *Accord de stabilisation et d'association* (ASA) avec l'UE et la France l'a ratifié en 2011. Au niveau régional, la Serbie participe au *Programme de coopération de l'Europe du Sud-est* (SEECF) et elle a rejoint *l'Accord de libre-échange d'Europe centrale et orientale* (CEFTA). À l'*Organisation Mondiale du Commerce* (OMC), la Serbie a le statut d'observateur. Depuis le 1^{er} mars 2012, la Serbie a le statut de candidat à l'adhésion à l'UE. Puis, par la

décision du Conseil européen de l'ouverture des négociations d'adhésion du 28 juin 2013, la phase la plus exigeante de l'intégration européenne a commencé avec la Serbie – les négociations d'adhésion, ce qui implique une harmonisation complète avec le système, les valeurs et la législation de l'UE.

Pourtant, l'attitude de la Serbie est toujours significativement différente de l'attitude de nombreux pays occidentaux, y compris les pays les plus importants, tels que les États-Unis, la France et le Royaume-Uni, les pays qui ont reconnu le Kosovo parmi les premiers. Le professeur D. Đukanović⁵³, de l'Institut d'économie et de la politique internationale, constate qu'il n'y a pas d'objectifs définis et de priorités dans le domaine de la politique étrangère de la Serbie. La Serbie se trouve dans un écart entre l'UE et la Russie. Le pourcentage de la conformité de la politique serbe concernant la politique étrangère, la sécurité et la défense de la Serbie avec la politique de l'UE est environ 60%.

Selon les différentes recherches, le nombre des citoyens qui sont pour l'adhésion de la Serbie à l'UE est de 45 à 55 %. Selon la recherche de l'Office gouvernemental pour l'intégration européenne 46 % des citoyens est pour l'adhésion. En comparaison avec la recherche du décembre 2013, le pourcentage de ceux qui soutiennent, mais aussi ceux qui s'opposent, est en diminution. Cependant, la recherche a montré qu'un grand nombre de citoyens (67 %) croient que les réformes obligatoires pour l'adhésion de la Serbie à l'UE doivent être mises en œuvre pour le bénéfice des citoyens et pour la création d'une Serbie mieux réglementée (*Tanjug, B92, 05 août 2014*).

Concernant les relations économiques internationales de la Serbie, la situation est aussi loin d'être idéale. La situation politique, ainsi que la crise économique mondiale, le taux d'intérêt élevés sur le marché intérieur, la politique monétaire et le crédit restrictif, le niveau du développement technologique, le développement de l'innovation ralenti et ainsi de suite, ont influencé négativement les relations économiques de la Serbie avec l'étranger. Cependant, après les années 2000, le changement politique en Serbie a créé

⁵³Plus d'information voir sur le lien : <https://ouniverzitet.wordpress.com/2014/11/14/javna-tribina-spoljna-politika-u-srbiji/> [16.01.2014.]

en partie, l'espace pour une plus grande coopération internationale (Kovačević, 2012 : 35).

La corruption profondément enracinée, la criminalisation, les coalitions improductives sont les principaux facteurs qui limitent le développement économique, social, institutionnel et politique de la Serbie. De ce point de vue, la Serbie se trouve à la périphérie du développement de l'Europe. Dans de telles circonstances, la tendance à développer des connaissances, des compétences et de la confiance mutuelle diminue considérablement (Matejić, 2007).

2.4.4. Présence de la Serbie en France (S2.4)

La communauté serbe en France compte entre 80.000 et 120.000 personnes situées principalement dans la région parisienne et lyonnaise (selon *France Diplomatie*).

La Serbie est représentée en France surtout par :

- Ambassade de la République de Serbie
<http://paris.mfa.gov.rs/fra/index.php>
- Centre culturel de Serbie (CCS). Le centre est créé en 1973 avec la mission de promouvoir la culture serbe en France. Le centre organise très souvent de différentes expositions afin de présenter la culture et la vie en Serbie.
<http://www.ccserbie.com/fr/>
- CCIS – Le bureau de représentation de la Chambre de commerce de la Serbie en France. Les bureaux sont chargés pour donner les informations concernant la Serbie, les caractéristiques de l'économie, la législation, etc. www.pks.rs/fr
- Associations des jeunes professionnels serbes en France – *Mozaik*. Cette association est créée en 2006 et elle réunit des jeunes cadres serbes en France
<http://www.mosaikfrancoserbe.net/francais>
- *Fraternité franco-serbe*. Cette association est créée par les jeunes français avec l'objectif de développer les relations franco-serbes.
<http://fraternitefs.free.fr/>
- *Association franco-serbe – Drugari*.

- *Serbes en France*. L'assemblée des serbes en France est formée en 2002 et elle regroupe les serbes habitant en France.

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

- Forum – *Pogledi*. Ce forum est consacré à la discussion sur les relations historiques franco-serbes

<http://www.pogledi.rs/fr/>

2.5. Échange de la Serbie avec le monde francophone

Le monde francophone⁵⁴ compte aujourd'hui quelques 220 millions de personnes dans les 56 pays membres et 14 pays observateurs. Le français a un statut de la langue officielle dans 29 pays et trois gouvernements. Pourtant, selon certaines estimations⁵⁵, on prévoit quelques 715 millions de francophones jusqu'à l'année 2050, notamment en Afrique, grâce à la croissance démographique. Les pays membres coopèrent aussi dans le domaine de l'économie et du commerce. *La francophonie économique* a mis des programmes et des projets d'amélioration de l'environnement des affaires et les compétitivités des entreprises, ainsi que son soutien en négociations commerciales et en défense des positions sur le marché. Depuis 2006, la Serbie est officiellement l'observateur de l'Organisation internationale de la Francophonie.

À l'époque de 1950 à 1990, comme l'état membre du mouvement « non-alignés » la Yougoslavie a eu des liens très étroits avec un grand nombre de pays francophones tels que Gabon, Ghana, Guinée, Égypte, Congo, Liban, Maroc, Seychelles, Tunisie et Algérie, le pays où le français est une langue très importante dans le domaine des affaires. La capitale de la Yougoslavie, Belgrade, a même été la capitale des pays des « non-alignés ». Aujourd'hui ces pays représentent un marché potentiel pour la

⁵⁴*La francophonie* est l'organisation qui rassemble près de 220 millions des habitants dans 77 états dont 20 états observateurs. La francophonie économique met en œuvre des programmes de développement économique et social et de réduction de la pauvreté. Plus d'information sur le lien : <http://www.francophonie.org/-Economie-.html> [04.05.2014.]

⁵⁵Plus d'information sur le lien : http://www.francophonie-avenir.com/presse/Afrique/Le_francais_progresse_en_Afrique_recule_en_Europe.htm [04.05.2014.]

Serbie. Même si la langue officielle n'est pas le français dans tous ces pays, la plupart des affaires s'effectuent en français qui représente toujours une langue indispensable. Dans cette thèse nous ne citerons les relations économiques et commerciales qu'avec quelques des pays francophones :

- *Canada*⁵⁶ Les relations économiques et commerciales se sont élevées au dessus de 60 millions de dollars canadiens. Les investissements canadiens dans la région ont atteint un chiffre de plus de 500 millions de \$ dans le domaine d'immobilier, de la construction, du tourisme, de l'agriculture, de l'informatique et de l'énergie et ressources minières. D'autres investissements sont prévus encore dans le domaine du transport routier, réseau ferroviaire, transports urbains, infrastructure et la construction.

- *Suisse*⁵⁷ Les relations diplomatiques sont établies encore en 1908. Depuis 2005, l'exportation a la croissance annuelle moyenne de 36 % et en 2008 la valeur obtenue était de 3,9 fois plus élevé que la valeur des exportations en 2001. L'intérêt commun des entreprises des deux pays est principalement dans les domaines de l'énergie, de l'agriculture, de la santé et de l'environnement. Les plus grandes possibilités d'exportation sont l'industrie de textile, de métal, agroalimentaire et de tourisme.

- *Belgique*⁵⁸ Les relations bilatérales existent depuis le XIX^{ème} siècle. Selon les résultats de 2011, les importations de la Belgique s'élevaient à 218.3 millions de \$, tandis que l'exportation vers la Belgique était de 133,8 millions de \$. Les possibilités de coopérations entre les deux pays peuvent être en particulier dans le domaine de la transformation des matériaux (construction des machines, industrie électronique et véhicules), ainsi que l'industrie chimique et agroalimentaire.

⁵⁶Plus d'information sur le lien : <http://www.deleguescommerciaux.gc.ca/fra/apercu-potentiel-marche.jsp?oid=120&cid=209> [04.05.2014.]

⁵⁷Plus d'information sur le lien : <http://www.ekapija.com/website/sr/company/photoArticle.php?id=313768&path=investicije4.jpg> [04.05.2014.]

⁵⁸Plus d'information sur le lien : <http://www.pks.rs/Predstavnistva.aspx?id=2&t=4&jid=1> [04.05.2014.]

- *Maroc*⁵⁹ Après trois décennies les relations bilatérales avec le Maroc reviennent où elles étaient auparavant. Le commerce annuel entre les deux pays s'est élevé à 13 millions de \$. Après la récente signature de l'accord sur l'évitement de la double imposition, les relations économiques et la coopération devrait s'améliorer dans le domaine d'agriculture, d'infrastructures, d'énergie et dans la formation militaire et médicale.

- *Tunisie*⁶⁰ Les relations bilatérales datent encore depuis les années 1950, mais pourtant l'échange économique n'est pas très élevé par rapport au potentiel qui existe. En 2013, elle s'élevait à 39 millions \$. Il existe une disposition pour la coopération à travers la création des entreprises communes, en particulier dans l'industrie manufacturière et le génie civil. De plus, la chance existe pour les travaux dans le domaine de l'infrastructure, de l'agriculture, des produits pharmaceutiques et du transport.

- *Gabon*⁶¹ Les relations bilatérales, qui se sont établies avant 50 ans, sont renouvelées lors d'une visite de la Serbie de la part du ministre des Affaires étrangères gabonais. Alors, les bases de la coopération étaient définies, en particulier dans le domaine de l'agriculture et de l'industrie pharmaceutique.

2.5.1. Relations économiques Serbo - algériennes

Parmi les pays francophones, l'Algérie est le pays avec lequel il existe le plus grand potentiel pour la coopération économique, si l'on tient compte des relations bilatérales traditionnellement bonnes et de la complémentarité entre les économies des deux pays. Même si l'Algérie ne fait pas partie de la Francophonie, elle se considère comme le second pays francophone pour le nombre de ses locuteurs. En Algérie, le français est la deuxième langue parlée après l'arabe et la langue indispensable dans les

⁵⁹Plus d'information sur le lien :

<http://www.rts.rs/page/stories/sr/story/13/Ekonomija/1338040/Srbija+i+Maroko,+bez+dvostrukog+oporezivanja.html> [04.05.2014.]

⁶⁰Plus d'information sur le lien : <http://www.gnet.tn/actualites-nationales/signature-dun-programme-de-cooperation-entre-la-tunisie-et-la-serbie/id-menu-958.html> [04.05.2014.]

⁶¹Plus d'information sur le lien : <http://www.affaires-etrangeres.gouv.ga/14-activites/302-gabon-serbie/#.U05-t6Kkhdg> [04.05.2014.]

secteurs vitaux, secteur économique, secteur bancaire ou pour la gestion des entreprises (Bellatreche, 2009). Les cadres supérieurs, les responsables, l'administration, l'analyse financière utilisent principalement la langue française dans le travail.

Les relations économiques entre la Serbie et l'Algérie se basent sur un accord commercial qui date de 1975, mais qui est toujours opérant. Les échanges économiques et commerciaux⁶² entre les deux pays s'intensifient à l'époque de Yougoslavie. La visite du Président J.B. Tito en 1965 à Alger et la visite du Président H. Boumediene en 1971 à Belgrade, ont contribué à l'amélioration des relations bilatérales et l'échange économique a atteint une somme de 400 millions \$ dans les années 1970. La Yougoslavie exportait des machines, des appareils électriques, des produits pharmaceutiques, du bois, des produits laitiers, des céréales, des véhicules et elle importait du pétrole, des lubrifiants et des combustibles.

Dans les années 1990, après l'éclatement de la guerre en Yougoslavie et une période de transition dans les deux pays, les relations économiques sont rompues. Cependant, à partir de l'an 2000 les relations bilatérales se renouvellent successivement. On peut souligner une augmentation des échanges commerciaux et la participation aux avis d'appels d'offre des entreprises serbes en Algérie. Selon les données du Ministère des Finances algérien⁶³, les échanges commerciaux entre les deux pays s'élevait à 16,3 millions \$ en 2005 (1,1 millions \$ d'exportation de l'Algérie et 15,2 millions \$ d'exportation de la Serbie). L'Algérie importait de la Serbie les produits pharmaceutiques (6,5 millions \$), le matériel industriel et équipement (6,4 millions \$), etc. En 2004, l'Algérie a exporté en Serbie le gaz et le pétrole pour 38,7 millions \$.

De plus, les entreprises serbes participent au cadre d'un Programme de développement économique de l'Algérie dans le domaine de la construction des projets spécialement barrages, systèmes de transfert d'eau, etc. Par exemple, compte tenu de ses références au passé en Algérie, l'entreprise *Hidrotehnika-Hidrogradnja* a soumissionné en 2006 à deux appels d'offres pour la construction des barrages *Kissir* et *Ourkiss*.

⁶²Plus d'information sur le lien : <http://www.ambalgserbia.rs/cms/view.php?id=420> [12. 03. 2015.]

⁶³Plus d'information sur le lien : <http://www.ambserbie-alger.com/francais/ekonomija%20-%20Copie.htm> [12. 03. 2015.]

L'entreprise *Energoprojekt-Hidroinžinjeri*, au cours de l'année 2006, a été engagée dans la réalisation de neuf projets dans le domaine de l'irrigation, dans la supervision technique des barrages, dans l'étude des nappes souterraines et le transfert de l'eau et des plans de barrage. L'entreprise *Minel* a exporté en 2005 les transformateurs et les pièces des transformateurs d'une valeur de 4-5 millions \$. Plusieurs entreprises serbes sont encore intéressées pour l'exportation des produits pneumatiques, électroménagers, machines et équipements pour l'agriculture. Une bonne perspective pour les entreprises serbes actuellement pourrait être dans le domaine de génie civil, dans le domaine de l'infrastructure des routes, des autoroutes et des voies ferrées.

Étant donné qu'il existe une complémentarité entre les deux économies, de nombreuses possibilités de coopération sont présentes. *L'Association des Amis de l'Algérie* a déjà organisé plusieurs rencontres pour les hommes d'affaires, afin d'améliorer la coopération économique dans l'avenir. Les deux pays se sont convenus de relancer les travaux de la Commission mixte pour la coopération technique, économique et culturelle. *L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI)*⁶⁴ et *L'Agence Serbe de Promotion de l'Investissement et de l'Exportation (SIEPA)* ont signé un mémorandum d'entente le 6 novembre 2013. L'objectif du protocole d'accord est la coopération mutuelle, la création des sociétés mixtes, l'identification des partenaires d'affaires, l'organisation d'événements, etc.

2.6. Vie privée des agents de la situation éducative

(MS3)

Le macro - système (MS3) décrit la vie privée des agents de la situation éducative et il regroupe les systèmes suivants :

- 1) l'ensemble des enseignants expatriés (S3.1) ;
- 2) l'ensemble des enseignants nationaux (S3.2) ;

⁶⁴Plus d'information sur le lien : <http://www.andi.dz/index.php/fr/news/960-l-andi-signe-un-memorandum-d-entente-avec-son-homologue-serbe-siepa> [12. 03. 2015.]

3) Les caractéristiques des apprenants en Serbie (S3.4).

L'ensemble des enseignants expatriés (S3.1). Des enseignants de la France viennent chaque année en Serbie pour une année afin d'enrichir l'enseignement du français. Selon les informations de l'Institut français en Serbie, actuellement il y a neuf enseignants de français expatriés situés à Belgrade, Novi Sad, Niš, Kragujevac, Pirot et Valjevo avec la tendance que ce nombre augmente. En principe, ils enseignent dans les lycées et en tant que lecteurs dans certaines facultés de langue.

L'ensemble des enseignants nationaux (S3.2). Les enseignants du français en Serbie font leurs études pendant quatre ans et tous ont le titre de professeur de langue et littérature française. Majorité des enseignants nationaux ont eu l'occasion de séjourner en France, mais il y a un certain nombre qui n'a jamais eu cette occasion, ce qui peut affecter la qualité des cours. La situation financière difficile affecte également la motivation des professeurs. Dernièrement les salaires des professeurs en Serbie se sont réduits d'environ 10 %, et de nombreuses écoles font fréquemment des grèves. De plus, en raison de la dotation en personnel, certains professeurs ont perdu leurs travaux à pleins temps, ce qui signifie aussi une réduction de salaire.

L'ensemble et caractéristiques des apprenants en Serbie (S3.3). Les apprenants serbes vivent dans un environnement linguistiquement et culturellement plutôt homogène et spécifique, sauf dans certaines zones frontalières et dans certaines villes en Vojvodina. Les données concernant les jeunes qui ont eu l'occasion de voyager à l'étranger pendant les années d'isolation politique de Serbie sont variables, mais en tout cas le fait est que les jeunes de Serbie voyagent très rarement. Pendant que les jeunes des pays développés voyagent très souvent, pour les jeunes de Serbie c'était presque impossible pour de diverses raisons. Selon une enquête⁶⁵ de Stratégique Marketing en 2004, 70 % des étudiants n'étaient jamais à l'étranger. Les données du programme de développement des Nations Unies montre que même 40 % des citoyens serbes n'ont jamais eu de passeport et que 51.5 % des jeunes de moins de 25 ans, n'étaient jamais à l'étranger par la raison d'un processus très compliqué et très cher d'obtention du visa. À

⁶⁵Plus d'information sur le lien : *Inostranstvo za mlade samo pusta želja* in Blic 22.10.2005 http://www.blic.rs/stara_arhiva/tema/94727/Inostranstvo-za-mlade-samo-pusta-zelja

part visa (ce qui n'est plus un problème depuis 2009) et manque d'argent, les jeunes en Serbie ont une barrière mentale que le voyage est un luxe. Selon une recherche de l'Institut de Psychologie en 2007, seulement 10 % des jeunes ont voyagé dans les pays d'Europe d'ouest (Grupa 484, 2009 : 49).

Selon la liste du Centre d'analyse britannique *Legatum Prosperity Index*⁶⁶, la Serbie se trouve à la 77^e place parmi 142 pays. La Serbie a enregistré les meilleurs résultats dans le domaine de l'éducation où elle est classée à la 55^e place, Pourtant, dans le domaine de l'économie, la Serbie se trouve à la 130^e place. Concernant l'indice de la qualité de la vie, la Serbie a un indice de 5,2 (total sur 10).

2.7. Coopération et les relations franco-serbes

Lorsqu'on parle des relations franco-serbes à travers l'histoire, il apparaît une note irrationnelle qui se résume à la glorification ou le refus d'une amitié franco-serbe dans le passé. Déjà au XIX^e siècle le gouvernement français a trouvé ses intérêts économiques et géostratégiques en Serbie. La Serbie et la France ont établi des relations diplomatiques officielles le 1^{er} janvier 1879. Les consuls français remarquaient l'importance des petits états pour le commerce régional. Au début des années 1940, les premières relations économiques franco-serbes sont établies. Belgrade représentait le carrefour des trois routes vers les ports méditerranéens français. Alors, à cette période-là les premiers étudiants serbes allaient pour leurs études à Paris, afin de devenir les futures élites intellectuelles et administratives (Sretenović, 2009 : 538).

À la fin du XIX^e et au début du XX^e siècle, la Serbie a attiré l'attention d'une nouvelle génération d'intellectuels français qui pensaient d'une manière modernes de la géostratégie, de l'économie et du commerce. La banque franco-serbe a été fondée en

⁶⁶Il est possible de voir plus d'informations concernant cette analyse sur le lien : <http://www.prosperity.com/#/> [04.01.2015.]. Par exemple, la France se trouve à la 21^e place. Les meilleurs résultats la France a enregistré dans le domaine de la santé où elle est classée à 9^e place et le pire résultat dans le domaine du capital social à la 56^e place.

1910 et ensuite, elle est devenue le porteur de l'influence économique français en Serbie. Les relations se sont refroidies après la deuxième guerre mondiale, pendant la guerre d'Algérie et la soutenance yougoslave à l'indépendance d'Algérie. Les relations étaient au plus bas niveau en 1999 pendant le bombardement de la Serbie et ensuite lors de la reconnaissance officielle du Kosovo de la part de la France et à cause de la politique du ministre des Affaires étrangères, Bernard Kouchner, envers la Serbie (Petrović, 2011 : 1; Péan, 2009 : 70).

Au cours des dernières années, la situation s'améliore et les relations traditionnellement bonnes s'établissent de nouveau. À Paris, le 25 Octobre 2005 un accord a été signé entre le ministère de la Science et du Développement technologique (MSTD) et le Centre scientifique pour la recherche scientifique de France (CNRS). Les gouvernements des deux pays ont signé aussi *l'Accord de partenariat stratégique et de coopération entre la France et la Serbie*⁶⁷ en avril 2011, concernant les questions de l'économie, de l'énergie, de l'université, de la science, de la linguistique et de la culture.

2.7.1. Échange économique franco-serbe

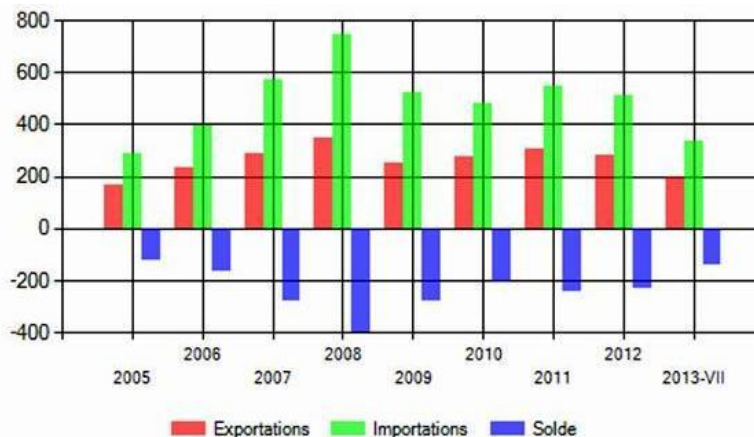
Selon l'interview⁶⁸ de Thierry Repentin, le ministre délégué en charge des affaires européennes, les relations bilatérales franco-serbes ont atteint son ancienne force après la signature de *l'Accord de partenariat stratégique et de coopération* entre la France et la Serbie. Cet accord est particulièrement important dans le domaine d'économie, puisque les entreprises françaises écoutent les recommandations de son gouvernement concernant le marché et les pays où il est conseillé d'investir. Cependant, les relations économiques ne sont toujours pas au niveau où ils pourraient être. Vesna Pakalj, la directrice de la chambre du commerce de la Serbie en France, constate que l'échange commercial entre les deux pays a augmenté de 6.5 % dans la période 2000-2008. Selon les données de l'ambassade française en Serbie l'échange commercial a augmenté de 15 % par rapport à la période 2012 et que l'export serbe en France a

⁶⁷Plus d'information sur le lien :

http://www.ambafrancesrb.org/IMG/pdf/Accord_de_partenariat_strategique.pdf [18.11.2013.]

⁶⁸Plus d'information sur le lien : <http://www.politika.rs/rubrike/tema-dana/Povratak-Francuske-na-Balkan.lt.html> [18.11.2013.]

augmenté de 27 %. Pourtant, cet échange est encore à un niveau faible (voir le graphique 3).



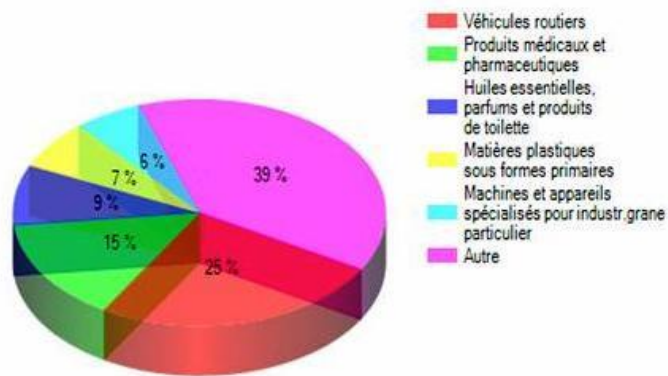
Sources: <http://www.pks.rs/Predstavnistva.aspx?id=4&t=17&jid=4>
 Graphique 3 : Échange commercial Serbie - France, en Millions de \$

Bien sûr, il existe une grande différence entre le développement des deux économies. Selon la liste des pays par exportation de *Foreigntrade*, la France est au 6^e rang avec 443.400.000.000 \$ et la Serbie au 92^e rang avec 5.485.000.000 \$. La France est l'un des dix pays les plus importants dans le commerce extérieur. Elle est aussi le plus important importateur en EU. Le marché de la France est énorme et pourtant la partie serbe n'est que de 0.5 %.

Les principaux produits importés de la France sont automobiles, produits médicaux et pharmaceutiques, matières et produits chimique, parfums, huiles essentielles, produits de toilette, machines industrielles à usage général, appareils électronique, etc. (voir le graphique 4).

Le club des affaires franco-serbe, fondé en 2005, est devenu le membre d'Union des chambres de commerce et d'industrie française en 2009, ce qui signifie la création de la Chambre de commerce franco-serbe⁶⁹. Cette association a aujourd'hui plus de 120 membres.

⁶⁹Plus d'information concernant les activités de la chambre voir sur le lien : <http://www.ccfs.rs/> [18.04.2015.]



Sources: <http://www.pks.rs/Predstavnistva.aspx?id=4&t=17&jid=4>

Graphique 4 : Les principaux produits importés de France

2.7.2. Implantation des entreprises françaises en Serbie

« S’implanter en Serbie, ça n’est pas découvrir l’exotisme, c’est mettre fin à une parenthèse, celle qui nous a fait oublier que le Breguet 19 avait été construit à Kraljevo dans les années 30 ou que la Société de construction des Batignolles avait réalisé les plus grands travaux d’assainissement de l’Europe centrale à Pancevo au début de siècle. » (Coste, 2010 : 4)

L’ouvrage *S’implanter en Serbie* (2010), édité sous la direction de Pierre Coste, conseiller économique et commercial, le chef de la Mission économique de Belgrade, décrit tous les avantages et les désavantages que la Serbie offre aux investisseurs. À propos d’un fait tout le monde est d’accord qu’étant donné que la Serbie se trouve au carrefour de l’Europe occidentale et de l’Europe de l’est, elle offre un terrain logistique idéal aux investissements (Ibidem, 2010 : 24).

Les investisseurs français sont présents dans les différents secteurs, mais principalement dans le secteur bancaire : *Société Générale*, *Crédit Agricole* et *Findomestic Bank*, membre du Groupe *BNP Paribas*. Actuellement, encore les sociétés

d'assurance, consulting et d'autres types de services planifient également leurs arrivées en Serbie. Dans le secteur industriel plusieurs compagnies multinationales françaises sont présentes :

- *Lafarge*, le plus grand producteur du ciment au monde;
- *Michelin*, le leader mondial dans la fabrication de pneus ;
- *Lohr*, la société de production remorques pour le transport des voitures ;
- *Le Bélier*, célèbre fonderie française et leader européen dans la production des composants en aluminium pour l'industrie automobile ;
- *Tarkett*, qui profite l'Accord de libre-échange pour placer ses produits sur le marché russe ;
- *Bongrain*, le plus grand transformateur laitier de l'Europe a acheté la partie majoritaire de la fabrique des produits laitiers *Mlekoпродукт* ;
- *Soufflet* a acheté *Sladara Maltineks* ;
- *Streit Jucit* est un fournisseur de pièces automobiles qui a investi environ 6.000.000€ en Serbie. Cette société prévoit encore une augmentation significative de ses activités en Serbie à l'avenir ;
- *Lactalis*. L'industrie laitière *Dukat* y compris *Somboled* a renforcé sa position sur le marché en entrant dans la composition du Groupe *Lactalis*, l'un des principaux groupes de produits laitiers dans le monde ;
- *Vinci Construction* est le fondateur de l'entreprise *Intermost* qui a fait la dérivation de *Novi Sad*.
- etc.

Dans la grande distribution sont présents encore : *Intermarché*, *Mr Bricolage*, tandis que *Carrefour* planifie son arrivée en Serbie. Le potentiel d'investissement existe encore dans le domaine de l'infrastructure, télécommunication et transport. Certaines compagnies sont intéressées pour les grands projets en Serbie :

- *Alstom* pourrait construire le métro à *Belgrade* ;
- *Egis* est intéressé pour la construction des autoroutes.

Selon les informations publiées le 4 juin 2013 sur le site officiel de l'Ambassade française en Serbie⁷⁰, de nombreuses sociétés françaises du domaine d'énergie sont intéressées à investir en Serbie, telles que: *AREVA*, *ALSTOM Power*, *EDF*, *EDISON*, *EDF-CIH* et *ERDF*. En outre, une délégation du *MEDEF International*⁷¹, composée de 17 sociétés, s'est réunie avec les membres du gouvernement serbe, les entrepreneurs et les gestionnaires le 24 et 25 juin 2013, visant la coopération bilatérale. Sauf ces grands compagnies multinationales il y a encore de nombreux PME qui font ou qui sont intéressées à faire des affaires avec la Serbie.

Selon les paroles de Miloš Bugarin, le directeur de la Chambre du commerce serbe,⁷² la Serbie est un pays intéressant pour l'investissement grâce à sa position géographique. La Serbie offre un terrain logistique idéal aux investissements⁷³ en raison des faits suivants :

- La Serbie se trouve au carrefour des chemins de l'Europe centrale et occidentale.
- Deux corridors traversent la Serbie: *Corridor 10* (il relie Europe du Nord et Europe du Sud-est) et *Corridor 7* (il relie les pays de Danube⁷⁴ avec la mer Noire).
- Sava relie la Serbie avec la Slovénie, Croatie et la Bosnie et Herzégovine
- Selon le rapport d'*Economist Intelligence Unit*⁷⁵, la Serbie deviendra d'ici 2017 un des pays les plus appropriés pour l'investissement.

Les sites utiles pour les affaires et les investissements en Serbie :

- Acheter et vendre en Serbie :

⁷⁰Pour plus d'information voir le lien: <http://www.ambafrance-srb.org/Projekti-iz-oblasti-proizvodnje> [19.03.2013.]

⁷¹Pour plus d'information voir le lien: <http://www.medefinternational.fr/> [19.03.2013.]

⁷²Pour investir en Serbie: <http://www.planet-expert.com/fr/pays/serbie/investissement-direct-etranger-ide> [03. 07. 2013.]

⁷³Pour toutes les informations complémentaires concernant les démarches, procédures, expériences et témoignage d'investissement en Serbie, Ubifrance et la Mission économique ont publié le manuel *S'implanter en Serbie* sous la direction de P. Coste.

⁷⁴Le Danube représente la meilleure route pour le transport des marchandises. Le canal Rhin-Main-Danube permet le trafic des marchandises vers la Mère noire.

⁷⁵Pour plus d'informations voir le lien :

<http://country.eiu.com/article.aspx?articleid=1470938331&Country=Serbia&topic=Business&subtopic=Business+environment&subsubtopic=Rankings+overview> [03. 07. 2014.]

http://www.champagne-ardenne-export.com/fr/marches/fiches_pays/serbie/acheter-et-vendre

- Chambre de commerce serbe :
<http://www.kombeg.org.rs/Komora/Centri/CentarZaEkonomскеOdnoseSaInostranstvom.aspx?veza=310>
- *Chambre de commerce et industrie de la Serbie (SCCI)* :
<http://www.pks.rs/Vesti.aspx?IDVestiDogadjaji=8973>
- *Agence française pour le développement international des entreprises (UBIFRANCE) en Serbie* :
<http://www.ubifrance.fr/serbie/nos-bureaux-a-votre-service.html>
- *Mission économique de Belgrade près de l'Ambassade française* :
<http://www.ambafrance-srb.org/-Service-economique->
- *SIEPA (Serbia Investment & Export Promotion Agency)* :
<http://siepa.gov.rs/en/>
- *Le moniteur du commerce international (LEMOCI)* :
<http://lemoci.com/Serbie/Acces-au-marche/011-47939-Serbie.html>
- Planet Expert – le partenaire des PME à l'international :
<http://www.planet-expert.com/fr/pays/serbie/investissement-direct-etranger-ide>

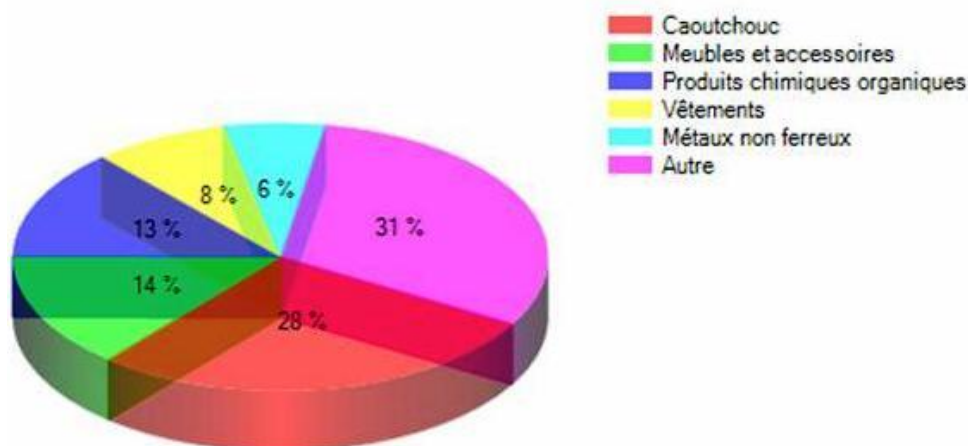
Nous présentons également une liste des organismes publics français et les organisations professionnelles ayant l'objectif de soutenir le commerce extérieur et de faciliter l'approche des marchés étrangers par les entreprises françaises et surtout par les PME (Duboin et al., 2001 : 8) :

- *Direction des relations économiques extérieurs du ministère de l'économie et des Finances (DREE)* aide aux exportateurs pour la promotion des produits et des entreprises françaises, garantie des risques, offre l'assistance financière et technique ;
- *Postes d'expansion économique à l'étranger (PEE)* – les services extérieurs de la DREE ouverts dans 120 pays auprès des ambassades pour fournir les informations concernant les marchés ;

- *Centre français du commerce extérieurs* (CFCE) est chargé pour fournir les informations (économique, commerciales, réglementaires, etc.) et promouvoir l'offre françaises sur les marchés étrangers ;
- *Compagnie française d'assurance pour le commerce extérieur* (COFACE) gère la garantie du risque politique de crédit ;
- *Fondation pour l'exportation artisanale* (FONDEXPA) a pour l'objectif de favoriser les activités à l'export des entreprises du secteur de l'artisanat.
- *Normes et réglementation à l'export* (NOREX) fournissent les informations normatives ;
- *Chambre de commerce et l'industrie française à l'étranger* (CCIFE) ;
- *Réseau française de liaison pour l'exportation* (REFLEX) coordonne l'action de tous les intervenants publics, consulaires et privés.

Au cours des dix dernières années les investissements de la France en Serbie se sont élevés à plus de 780 millions de \$⁷⁶. La France a été parmi les premiers investisseurs en Serbie et actuellement elle occupe la 8^e place de l'investissement avec la tendance d'augmentation malgré la crise économique globale. Comme c'est la 5^e puissance économique mondiale et grâce à sa réputation internationale très forte, elle se considère comme un partenaire de premier ordre en Serbie. Près de 80 entreprises françaises en Serbie participent à la création de 10.000 emplois. Cependant, si on sait que la France est le 2^e investisseur dans le monde et le premier en Europe, on peut remarquer qu'il existe encore de la place pour améliorer l'investissement français en Serbie. Par exemple en Roumanie il y a 7 000 entreprises françaises et un investissement d'environ 7 milliards \$.

⁷⁶Pour plus d'information voir le lien: <http://www.24sata.rs/vesti/ekonomija/vest/francuska-u-srbiju-investirala-780-miliona-dolara/5008.phtml> [Le 16 juin 2011]



Sources: <http://www.pks.rs/Predstavnistva.aspx?id=4&t=17&jid=4>

Graphique 5: Principaux produits exportés vers la France

De l'autre côté l'exportation des produits serbe en France est concentrée sur les cinq grands segments (voir le graphique 5) :

- exportation des légumes et des fruits (principalement du fruit rouge),
- exportation de vêtements,
- exportation des produits de fer semi-finis et de l'acier,
- exportation des métaux non ferreux,
- exportation des produits en caoutchouc.

Les sites pour l'export en France :

- Forum Francophone des affaires :
<http://www.ffa-int.org/lesape>
- S'implanter en France :
<http://implantation-france.delta-services.com/>
- Agence pour la création d'entreprises APCE :
<http://www.apce.com/pid13973/comment-importer-exporter.html>

Nous ne citerons que quelques entreprises serbes présentées sur le marché français:

- *Simpo*, qui a triplé son export⁷⁷ en France dès le début d'année 2012.

⁷⁷Pour plus d'information voir le lien: <http://www.akter.co.rs/26-ekonomija/10224-simpou-trostru-io-izvoz-u-francusku.html> [16. 01. 2011.]

- *Duborez Jevtic*⁷⁸, la société pour la production de maisons en bois a fait un accord d'exportation d'environ 5.000.000 €.
- *Zastava Inpro*⁷⁹ produit les châssis pour le remorquage des véhicules d'une valeur de 300.000€.
- *Zelena zvezda*⁸⁰, est la coopérative qui a produit 150t de tomates et elle prévoit l'export des légumes en France.
- *Afromarket*⁸¹ prévoit l'export de 3000t des cerises pour le marché français. À part les cerises, elle traite des mûres, des baies sauvages et des prunes.
- *Ivanovic vina*⁸² planifie l'export des vins de Župa en France.
- *Francuska vinarija*⁸³ (les vins de Rogljevo) étaient présentés encore en 1882 à l'exposition internationale de Bordeaux.

Le potentiel de la coopération existe encore dans l'augmentation de l'export des produits alimentaires, de la construction, du génie civil, des maisons écologiques en bois et des meubles. Les aliments organiques est un atout d'export de l'agriculture serbe en France (85 % des consommateurs consomment les aliments organiques). En outre, une grande opportunité se trouve dans l'industrie des technologies d'informations et dans le secteur des nouvelles technologies.

Malheureusement, la Serbie est jusqu'à présent principalement connue à l'internationale par les questions politiques et sur son potentiel économique on ne parle que très peu. C'est une des raisons pour laquelle les hommes d'affaires français ne connaissent pas suffisamment l'occasion d'investir en Serbie. C'est pourquoi, la directrice du bureau de la Chambre du commerce serbe à Paris, Vesna Pakaj conclue que l'une des principales tâches qu'il faudrait faire à présent, est la promotion de l'économie

⁷⁸ Pour plus d'information voir le lien : <http://www.pressonline.rs/info/politika/59960/potpisan-ugovor-o-izvozu-montaznih-kuca-u-francusku.html> [16. 01. 2011.]

⁷⁹ Pour plus d'information voir le lien : <http://mondo.rs/a277972/Info/Ekonomija/Zastava-inpro-izvozi-u-Francusku.html> [16. 02. 2013.]

⁸⁰ Pour plus d'information voir le lien : <http://edukaplus.com/vesti/udruzeni-proizveli-150-tona-paradajza-u-leskovcu-zadruga-zelena-zvezda-planira-izvoz-povrca-u-francusku/> [09. 07. 2014.]

⁸¹ Pour plus d'information voir le lien : <http://www.ekapija.com/website/sr/page/933575> [09. 07. 2014.]

⁸² Pour plus d'information voir le lien : <http://www.rts.rs/page/stories/sr/story/57/Srbija+danas/1061452/Izvoz+%C5%BEupskih+vina+u+Francusku.html> [16. 02. 2013.]

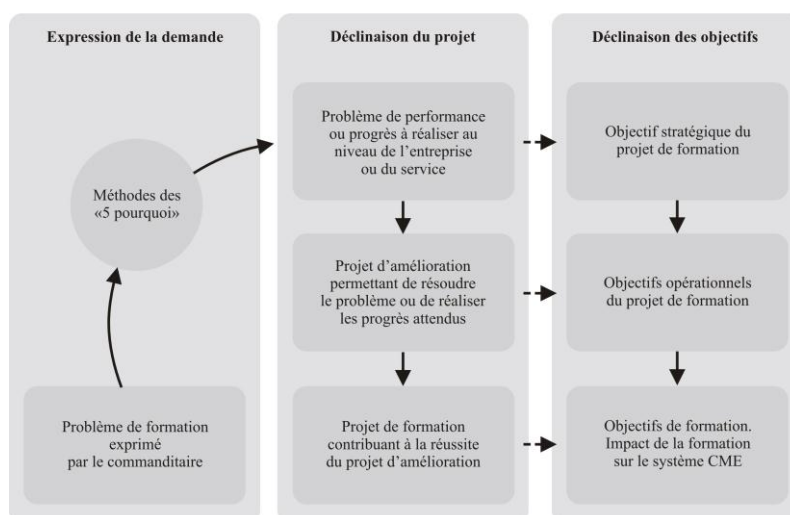
⁸³ Pour plus d'information voir le lien : <http://www.francuskavinarija.com/> [16. 02. 2013.]

serbe et l'amélioration du climat des affaires. Pour atteindre ces objectifs pour commencer, il est important d'être présent aux foires et être plus organisé.

Pourtant, comme les français tiennent à leur langue, le premier contact professionnel devrait être en français, ce qu'il été déjà mentionné dans § 1.2.1. D'une certaine mesure, l'entrée des produits serbes sur le marché français est empêchée à cause d'une faible connaissance de la langue française dans les milieux professionnels. Une analyse des besoins langagiers des apprenants, des entreprises ou des institutions montrera dans quels domaines la connaissance des langues étrangères est la plus importante, mais avant cela, il convient de définir la demande de formation.

2.8. Définition de la demande de formation

La Définition de la demande de formation est la première étape dans la démarche du FOS. Avec l'accélération de la mondialisation et du progrès technologique dans les dernières années nous pouvons remarquer une véritable mutation de la demande (v. Lafay, 2002). Au sens plus large en pourrait se servir de la terminologie économique pour la définition de la demande. Il s'agit de l'offre et de la demande sur un marché (un



Source : Dennery, 1999 : 28

Schéma 8 : Analyse d'une demande de formation

lieu de rencontre) (v. Cuq, 2003 : 181). Mangiante et Parpette (2004 : 10) distinguent deux sortes de demandes en FOS :

- 1) Comme la réponse à une demande précise, pointu « lorsqu'elle se réfère à une situation existante ou à un projet en cours d'élaboration... ». Par exemple, si on reçoit une demande pour la formation en langue des employés d'une entreprise ou d'une institution ;
- 2) Une offre du cours pour l'apprentissage du français à une institution ou une entreprise sans une demande précise. Par exemple, la proposition d'un programme du FOS aux personnels des entreprises françaises en Serbie ou aux entreprises serbes planifiant de faire des affaires avec les entreprises francophones. Ce cours pourrait les aider à se positionner sur un marché étranger ou à améliorer la coopération avec les partenaires étrangers.

Généralement, il s'agit d'une demande approximative, incomplète, sans des objectifs bien définis, conçue par des non spécialistes dans le domaine de la didactique des langues. Alors, souvent, il est nécessaire de faire le décodage de la demande et clarifier la situation dès le départ. Il faut prendre en considération les causes du commanditaire et penser qu'il ne dévoile pas toujours les vraies raisons de la demande, c'est-à-dire qu'il pourrait s'agir aussi d'une demande *pro forma* (Moulhrons-Dallies, 2008 : 190). Le schéma proposé par Dennery (1999 : 28) peut aider l'enseignant à analyser avec la précision le problème de formation posé par le commanditaire (voir le schéma 8).

Le public du FOS avec ses demandes, ses besoins et ses objectifs langagiers, n'est pas toujours prévisible. En ingénierie de formation, il existe différentes grilles qui permettent de bien définir la demande. Moulhrons-Dallies (2008 : 192-194) définit quatre cas différents de la demande lorsqu'il s'agit du FLP :

- 1) *Demande problème* – vue comme un moyen pour résoudre un problème de l'entreprise ou de surmonter une crise.
« ... dans la réalité des entreprises il n'y a jamais de problème de formation. La formation est une solution à des problèmes plus larges, plus opérationnels. » (Dennery, 1999 : 18)

- 2) *Demande transfert* – lorsqu’il s’agit de faire venir les employés déjà professionnalisés en France et de les adapter au marché français du travail.
- 3) *Demande récompense* – une formation linguistique aux employés méritants pour les récompenser pour leurs bons résultats.
- 4) *Demande prétexte* – rien à voir avec l’amélioration de la maîtrise de langue, mais elle sert comme un prétexte. Par exemple, le prétexte pour licenciement prétendument à cause de mauvais résultats de la langue.

Comme en Serbie pour l’instant nous n’avons pas une demande bien précise de la formation en FOS, l’un des nos objectifs est de faire une sorte d’offre aux entreprises travaillant ou envisageant de travailler avec le marché francophone. Il s’agit de la présentation de l’éventualité d’une utilisation professionnelle du français.

« La mise en place de ces cours n’est pas le résultat d’une demande mais une sorte d’anticipation du centre de langue, dans le souci de diversifier son offre et donc ses clients. Ne sachant pas à l’avance quel sera exactement le public du public intéressé, l’organisme se doit de proposer un programme pouvant convenir au plus grand nombre possible, et visant non pas les métiers (...) mais l’ensemble de la branche d’activité professionnelle (BAP)... » (Mangiante et Parpette, 2004 : 13)

2.9. Analyse des besoins langagiers

Les besoins langagiers sont la nécessité d’un individu pour communiquer dans les situations particulières (Richterich, 1985 : 92). Les gens apprennent des langues étrangères pour les différentes raisons : se débrouiller plus facilement dans un autre pays, lire des livres ou des magazines dans une langue étrangère, augmenter les chances de trouver un nouvel emploi, être plus efficace au travail, etc. Ils ont tous des besoins langagiers spécifiques. C’est la raison pour laquelle aujourd’hui, l’analyse des besoins langagiers occupe une place centrale dans la didactique des langues étrangères. Dans le processus de l’élaboration du curriculum des langues étrangères et surtout des langues de

spécialités et des langues sur objectifs spécifiques, l'une des plus importantes étapes est l'analyse des besoins langagiers. L'identification des besoins langagiers consiste à recueillir des informations des apprenants, des responsables, des entreprises, puis de les évaluer dans le contexte dans lequel les apprenants vivent, étudient et travaillent (Conseil de l'Europe, 2000 : 12).

Denis Lehmann (1993) donne une description des publics d'une extrême diversité et constate que chaque cas particulier a des besoins différents. Il distingue trois composantes différentes des besoins d'apprentissage : psycho-affective, langagière et socioculturelle. En outre, il propose un ensemble des paramètres détaillés pour l'analyse du public tels que sa spécialité, ses objectifs, le matériel, le temps, les dispositifs d'évaluation, etc. (Lehmann, 1993 : 47).

La notion de *l'analyse des besoins* (needs analysis) a été utilisée pour la première fois dans les années 1920 par Michael West, qui travaillait longtemps comme professeur d'anglais en Inde. Dans les années suivantes, personne n'a sérieusement traité cette problématique jusqu'aux années soixante-dix, lorsque le Conseil de l'Europe a commencé intensivement de faire face à ce sujet. À partir de 1975, lors de l'ère du *français fonctionnel*, l'apprenant et ses besoins de communication se sont trouvés au centre de toutes les préoccupations (Moulhrons-Dallies, 2008 : 20). Grâce à l'approche fonctionnelle, on s'est rendu compte que les objectifs de la formation et les besoins langagiers ne sont pas les mêmes pour tous les publics. Le contenu linguistique se détermine par les besoins langagiers et extra-langagiers du public (Eurin et Henao, 1992 : 62). Pour Pelfrène (1977 : 40-50), les besoins langagiers font partis d'un système. Ils s'entremêlent constamment avec les cinq d'autres domaines : la linguistique, la psychologie, la psycholinguistique, la politique et l'idéologie.

Au cours des dernières décennies, les besoins éducatifs sont au centre d'intérêt de diverses disciplines scientifiques, telles que la philosophie, la psychologie, la sociologie, la linguistique et bien évidemment la didactique des langues étrangères (Cuq, 2005: 140). Nunan (1988) divise les besoins langagiers en : 1) objectif et 2) subjective.

- 1) Les besoins objectifs peuvent être plus ou moins généralisés et définis en fonction de l'analyse des situations typiques de la vie quotidienne. Il s'agit principalement des besoins de la société et des institutions.
- 2) Les besoins subjectifs ne peuvent pas être généralisés et ils dépendent du cas au cas et d'une personne à l'autre. Ces besoins sont imprévisibles et indéfinies.

Richterich (1985) de sa part fait la distinction entre les différents types de besoins (objectif, subjectif et éducatif), les différents niveaux (général et spécifique) et les différents types d'analyse (analyse de contenu, analyse empirique et échange d'opinions). Une division similaire propose aussi Besse (1985), selon qui, les besoins langagiers se réfèrent à trois notions :

- 1) *Le désir*, ce que l'apprenant veut apprendre, ce qui coïncide également avec les besoins subjectifs ;
- 2) *L'obligation*, ce que l'environnement exige, ce qui coïncide avec les besoins objectifs et les besoins de la société ;
- 3) *Les objectifs d'apprentissage*, ce qu'il est nécessaire pour un apprenant d'apprendre en une langue étrangère, ce qu'il est cohérent avec les besoins de l'institution.

En faite, comme constate Cuq dans le *Dictionnaire de didactique du français*, la liste des besoins est toujours ouverte et il est possible d'ajouter d'autres besoins en fonction de la situation de la communication (Cuq, 2003 : 35). Il s'agit d'une étape complexe qui consiste que l'enseignement/apprentissage des langues étrangères se base

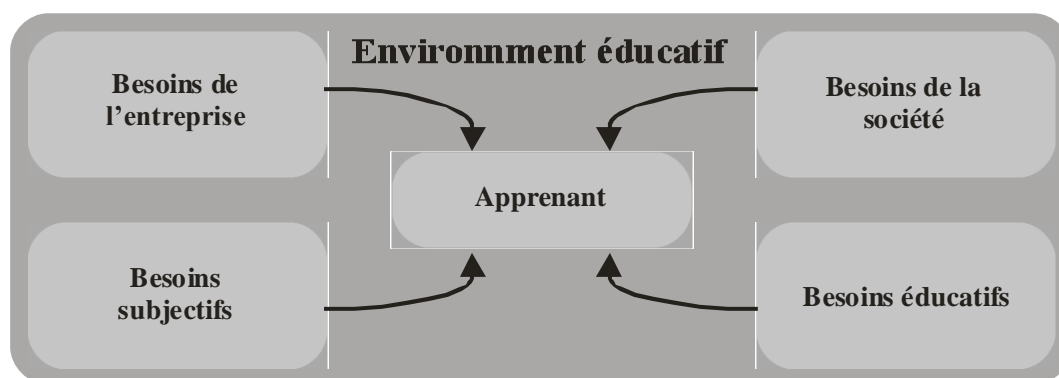


Schéma 10 : Les besoins langagiers dans l'environnement éducatif

sur « les besoins, les motivations, les caractéristiques et les ressources de l'apprenant » (Conseil de l'Europe, 2000 : 10).

Actuellement aussi, l'analyse des besoins langagiers occupe la place centrale dans la didactique des langues étrangères. Il faudrait permettre aux apprenants d'exprimer leurs besoins et de tenter de proposer un contenu pour y répondre. Pourtant, souvent, les tâches proposées aux apprenants ne coïncident pas avec leurs désirs et par contre, ce qu'ils veulent apprendre n'est pas selon le programme ou selon les objectifs éducatifs. En analysant les diverses déclarations des étudiants et des jeunes sur les réseaux sociaux et les forums, ainsi que pendant les cours de langue étrangère, il est remarquable que les apprenants accusent leurs enseignants de ne pas recevoir une formation adéquate, que les méthodes et les cours sont ennuyeux et finalement qu'ils ne sont même pas motivés pour l'apprentissage d'une langue étrangère. L'un des problèmes pourrait être justement un défaut dans l'identification des besoins langagiers.

Les moyens pour la réalisation de l'analyse peuvent être les enquêtes, les questionnaires ou les entretiens. Avant de construire un programme d'enseignement, il faut prendre en considération un maximum de paramètres (Eurin et Henao, 1992 : 11). Selon Mangiante et Parpette (2004) l'analyse des besoins langagiers comprend trois étapes :

- 1) l'hypothèse des situations de la communication dans lesquelles l'apprenant pourrait se retrouver ;
- 2) une enquête sur l'apprenant ;
- 3) la connaissance du milieu professionnel de l'apprenant et de la documentation authentique qui le concerne.

- 1) Les situations de la communication

À cette étape, l'enseignant doit supposer toutes les situations dans lesquelles un apprenant pourrait se retrouver dans son activité professionnelle, mais aussi dans la vie quotidienne. C'est l'étape où l'enseignant observe les employés du domaine concerné et dans l'accomplissement de leurs tâches professionnelles quotidiennes (Mangiante et

Parpette, 2004 : 22; Moulhrons-Dallies, 2008 : 193-203 ; Lehmann, 1993 : 209 ; Galisson, 1980 : 20, 21). Il convient de s'interroger sur des questions suivantes :

- Quelles sont leurs principales tâches professionnelles ?
- Qui sont les interlocuteurs potentiels des apprenants (leur statut professionnel) ?
- Quels contacts auront-ils avec des partenaires des affaires, avec les supérieurs ou avec des collègues ?
- Quelles positions potentielles dans l'entreprise auront-ils ?
- Comment la communication se déroule habituellement (téléphone, courrier, en personne ...) ?
- Pour quelle raison se produira l'échange ou l'activité langagière ?
- Sur quels sujets discuteront-ils le plus souvent ?
- Que liront-ils et écriront-ils le plus ?

2) Enquêtes des apprenants

Dans la deuxième étape, si l'enseignant veut vraiment connaître son public pour pouvoir constituer le contenu, il est nécessaire de procéder à une enquête à l'aide d'un questionnaire (à questions fermées et ouvertes) parmi les apprenants au sujet de leurs intérêts, leurs compétences linguistiques et leurs besoins linguistiques (Richterich, 1985 : 136-137; Carras et al., 2007 : 26 ; Robert et al., 2011 : 11). L'apprenant est un « être multidimensionnel » et le rôle de l'enseignant est de s'efforcer de tenir compte d'un maximum de ses dimensions (Puren, 2013 : 116). Tout d'abord, il est nécessaire d'identifier l'apprenant lui-même, l'institution et les circonstances dans lesquelles se déroule l'enseignement :

a) Analyse du public et les informations sur l'apprenant

- Identité : âge, sexe, nationalité, état civil, profession, etc. ;
- Éducation : type de collège, grade, diplôme, etc. ;
- Activités : sport, loisirs, hobbies, etc. ;
- Personnalité: introverti/extraverti, optimiste/pessimiste, travailleur/paresseux, etc. ;

- Compétences linguistiques: langue maternelle, langue non maternelle, langues étrangères et leur niveau ;
- Projets professionnels ;
- Habitudes, coutumes, croyances, convictions politiques et religieuses ;
- Accès à l'Internet et aux documents francophones ;
- Représentations ou stéréotypes de la France et des français ;
- Connaissances empiriques acquises par l'expérience ;
- Connaissance académique du domaine éducationnel, littéraire, scientifique et technique.

b) Informations sur l'institution

- Type de l'institution : grande compagnie internationale, PME, université public, université privé, grands écoles, etc. ;
- Emplacement de l'institution : pays, région, grande ville ou petite ville ;
- Salle prévu pour l'enseignement : taille, équipements techniques (salle audiovisuelle, ordinateur, vidéo projecteur, accès Internet, WI-FI, etc.) ;
- Temps prévu pour le cours et les heures prévues par semaine ou par mois.

c) Méthodes

- Est-ce que la méthode est imposée par l'institution ?
- Est-ce que l'enseignant peut choisir ou proposer le matériel pédagogique, utiliser les documents authentiques (différents types de textes) ?
- Est-ce que l'enseignant peut faire lui-même les exercices à résoudre (tâches de la vie réelle, études de cas, simulations, etc.) ?

Pour les besoins de la recherche de cette thèse une enquête a été menée auprès des étudiants de la première et de la deuxième année de la Faculté de droit et des affaires et de la Faculté de l'économie à Niš. Le groupe cible était les étudiants de la première et de la deuxième année parce que dans cette période ils ont les cours de la langue étrangère. L'étude a inclus 124 étudiants, et l'enquête était composée de treize questions dont dix questions fermées auxquelles les étudiants devraient entourer *oui* ou *non*, selon

qu'ils sont d'accord avec la déclaration ou non, et trois questions aux choix multiples (voir l'annexe 11). Tous les étudiants ont eu le choix entre l'anglais et le français.

L'hypothèse était que l'enseignement des langues étrangères en Serbie ne correspond pas suffisamment aux besoins langagiers réels des apprenants. De plus, même si les étudiants sont conscients que l'apprentissage des langues étrangères est important dans leur vie privée et professionnelle, ils ne sont pas motivés à apprendre. L'objectif de l'étude était de montrer que l'enseignement des langues étrangères devrait être plus centré aux besoins des étudiants et par conséquent il est nécessaire d'adapter les méthodes d'enseignement aux situations de vie réelle. L'inconvénient de cette enquête est un nombre insuffisant d'étudiants qui ont participé, ainsi que la non-participation des étudiants des autres facultés et des autres villes où le français de spécialité est enseigné. La raison est que de nombreuses facultés ont refusé de mener cette enquête auprès de ses étudiants.

L'enquête a montré que presque tous les étudiants (90,59 %) sont d'accord que l'apprentissage du français pour les objectifs professionnels est nécessaire. 60,42 % des étudiants considèrent que pour leur promotion professionnelle, l'apprentissage des langues étrangères est *très important*, 25 % que c'est *assez important* et seulement 14,58 % considèrent que c'est *peu important*. Personne n'a répondu que l'apprentissage des langues étrangères n'est d'*aucune importance* dans les affaires. La grande majorité d'étudiants (76,47 %) considère qu'ils vont utiliser le français dans leur future carrière, alors que seulement 15,29 % des étudiants envisagent de faire la spécialisation ou de poursuivre leurs études en France.

À la question, *à part l'apprentissage d'une langue étrangère, est-il important de consacrer aussi le temps aux relations historiques, culturelles et bilatérales*, 46,84 % des étudiants considèrent que c'est *très important*, 36,71 % que c'est *assez important*, 15,19 % considèrent que c'est *peu important* et seulement 1,27 % ont répondu que ce n'a *aucune importance* pour l'apprentissage. À la question *comment évaluez-vous les relations bilatérales actuelles entre la France et la Serbie*, 82,93 % ont répondu que les relations sont *sur la bonne voie*, alors que 17,07 % considèrent que les relations *ne sont*

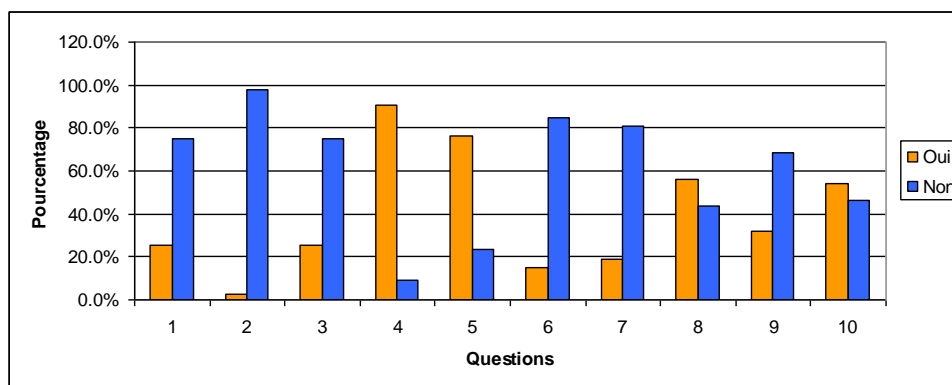
pas à un niveau élevé. Pourtant, à la question *pourquoi pensez-vous que c'est comme ça ?* et *dans les quels domaines les relations sont bonnes et dans quels domaines il faut qu'elles s'améliorent ?*, très peu des étudiants ont su répondre quelque chose. Cela signifie que les étudiants ne sont pas assez informés sur les questions des relations bilatérales entre les deux pays et qu'il faut consacrer beaucoup plus d'attention à la culture de langue étrangère qui s'apprend et aux relations bilatérales.

En outre, 81,18% des étudiants reconnaissent qu'ils ne consacrent pas suffisamment de temps à l'apprentissage de la langue française. Bien que la grande majorité des étudiants soit conscients de l'importance d'apprentissage de la langue française pour leur future carrière, seulement un petit nombre d'entre eux consacre suffisamment du temps à l'apprentissage de la langue. Ces données montrent qu'un grand nombre d'étudiants en Serbie n'est pas assez motivé pour l'apprentissage des langues étrangères. Le même phénomène est observé par les autres enseignants de langues étrangères et plusieurs articles touchaient ce sujet (Petković, 2014 ; Radanović, 2011 ; Josifović-Elezović, 2011). Un certain nombre d'étudiants (56,10 %) considèrent qu'ils seraient plus motivés si ce qui se fait en classe est plus compatible avec leurs besoins langagiers. On considère qu'une étude plus détaillée devrait se consacrer à cette problématique (v. Abendroth-Timmer, 2006). Une des raisons pour laquelle de nombreux étudiants ne sont pas motivés à apprendre la langue étrangère peut être que la grande majorité (74,7 %) n'a jamais eu l'occasion de voyager dans les pays de l'Europe occidentale et seulement 2,41 % des étudiants sont allés en France. Toutefois, un petit nombre d'entre eux (25,3 %) envisage d'aller en France bientôt.

L'Union européenne investit beaucoup dans la mobilité de ses citoyens, et surtout des jeunes (v. Glaser et al., 2007). Une grande importance s'accorde à l'échange académique et certainement le programme *Erasmus*⁸⁴ est le plus important. La commission propose une augmentation budgétaire d'environ 70 % pour la période 2014-2020, ce qui représente 1,9 % du budget global. Dans ce cadre, et le programme *Erasmus Mundus* est disponible, qui vise à promouvoir la mobilité dans l'enseignement supérieur pour les pays qui ne sont pas membres de l'Union européenne. Le programme

⁸⁴Plus d'information voir sur le lien : http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/index_fr.htm
[19.01.2015.]

de l'UE *Jeunesse en Action*⁸⁵ (Youth in Action 2007-2013) support également les échanges des jeunes, la mobilité et la coopération interculturelle. Le principal objectif de ces échanges est l'acquisition des nouvelles expériences dans le domaine de l'éducation, de la langue et de la culture.



Graphique 6 : Les résultats de l'enquête concernant les besoins d'apprentissage des étudiants en Serbie

Les enseignants de langues étrangères doivent se familiariser avec les différents programmes et les bourses qui existent au sein de l'éducation et de stimuler les étudiants à appliquer en plus grand nombre. Selon l'étude, la *Fondation Roi Baudouin*⁸⁶ sur la mobilité des étudiants des Balkans occidentaux, moins de 10 % des étudiants savaient qu'il y avait une sorte de bourse d'études ou d'un programme pour la mobilité des jeunes dans l'Union européenne. Bien que 51 % des étudiants citent le manque d'argent comme une raison principale de ne pas voyager, dans une conversation avec eux, on peut remarquer que beaucoup d'entre eux ne savent pas qu'il existe des différents avantages pour les jeunes en termes de transport et d'hébergement, ainsi qu'une variété d'options pour les contacts avec la population locale. Nous ne citerons que quelques possibilités de voyage à prix très accessibles: les diverses cartes internationales pour les jeunes qui offrent des réductions en termes de transport et d'hébergement, *carpooling*⁸⁷

⁸⁵Plus d'information voir sur le lien : http://eacea.ec.europa.eu/youth/index_fr.php [19.01.2015.]

⁸⁶Cette fondation favorise la mobilité des étudiants entre autre, elle examine la raison pour laquelle un petit nombre de jeunes des Balkans étudie à l'étranger. Plus d'information voir sur le lien : <http://www.kbs-frb.be/theme.aspx?c=253&b=264&langtype=2060> [18.02.2012.]

⁸⁷*Carppooling* est le site qui offre le transport aux prix très réduits par tout en Europe. 1.4 million des gens voyagent chaque mois de cette façon. Plus d'information voir sur le lien : <https://www.carpooling.com/> [19.01.2015.]

(covoiturage pour la France), auberges de jeunesse ou de *Couch Surfing* (CS),⁸⁸ où le logement est totalement gratuit.

Comme d'un côté un grand nombre des étudiants (53,85 %) utilisent les techniques d'information et de communication pour l'apprentissage de la langue étrangère et de l'autre côté même 68,24 % des étudiants citent qu'ils n'ont pas eu l'occasion de discuter avec quelqu'un dont le français est la langue maternelle, il faudrait les encourager à utiliser les réseaux sociaux pour être en contact avec les gens qui parlent français, tels que :

- <http://fr.babbel.com/>
- <http://livemocha.com/>
- <https://www.busuu.com/fr/>
- <http://www.slf.ruhr-uni-bochum.de/etandem/etindex-fr.html>
- <http://www.speakmania.com/>

Les besoins langagiers ne s'analysent pas seulement au début du programme, mais il est nécessaire de continuer constamment avec l'analyse tout en effectuant les changements nécessaires. Il est presque impossible de trouver un manuel qui couvrirait l'ensemble des besoins langagiers des apprenants. Donc, c'est souvent à l'enseignant d'adapter les manuels aux besoins des apprenants et des institutions ou d'élaborer ses propres documents didactiques. Par exemple, presque tous les manuels pour l'apprentissage du français dans les affaires (*Français.com, Les affaires, etc.*) ont des leçons comme : *Comment réserver une chambre à l'hôtel ?*, *Comment passer la commande dans un restaurant ou comment se débrouiller à Paris ?*, alors qu'on vient de voir que très peu des étudiants a même eu l'occasion de voyager. Il est mieux d'adapter ces leçons à la manière de démontrer aux étudiants comment est-il possible d'y aller en France le moins cher possible.

⁸⁸*Couch surfing* est une association internationale des voyageurs qui cherchent et offrent un hébergement gratuitement sur l'Internet dans le monde entier. Les principaux objectifs de *Couch surfing* sont rapprochement des différentes cultures, la propagation de la tolérance et de la compréhension interculturelle. Dans le monde entier aujourd'hui il y a neuf millions des gens, principalement des jeunes, qui utilisent ces services dans 120 000 villes. Plus d'information voir sur le lien : <http://about.couchsurfing.com/about/> [19.01.2015.]

Dans la troisième phase de l'analyse des besoins langagiers, l'enseignant doit entrer en contact direct avec le milieu professionnel et les documents authentiques de la profession des apprenants. Il doit connaître les clients, les fournisseurs et d'autres collaborateurs potentiels de l'entreprise. Cette étape comprend aussi un entretien détaillé avec quelques employés pour la vérification du questionnaire et éventuelles modifications.

2.9.1. Besoins langagiers des entreprises

Les besoins langagiers d'un apprenant ou d'un groupe ne correspondent pas forcément aux besoins de l'entreprise, de la société ou de l'institution. Le développement du monde des entreprises et les nouvelles technologies informatiques ont créé les nouveaux besoins langagiers des entreprises (Ferrari, 2007 ; Mangiante, 2007a). La CCIP a lancé le projet qui consiste à l'identification des besoins linguistiques des entreprises (Mangiante, 2007b : 135). Pour analyser leurs besoins, il faut s'interroger sur le contexte général de l'entreprise :

- De quel secteur de l'activité de l'entreprise s'agit-il (industrie, banque, assurance, génie civil, etc.) ?
- De quel secteur au sein de l'entreprise s'agit-il (vente, DRH, marketing, finance, production, etc.) ?
- Etendu du marché (régional, national, international) ?
- Lieux d'implantation (national, à l'étranger) ?

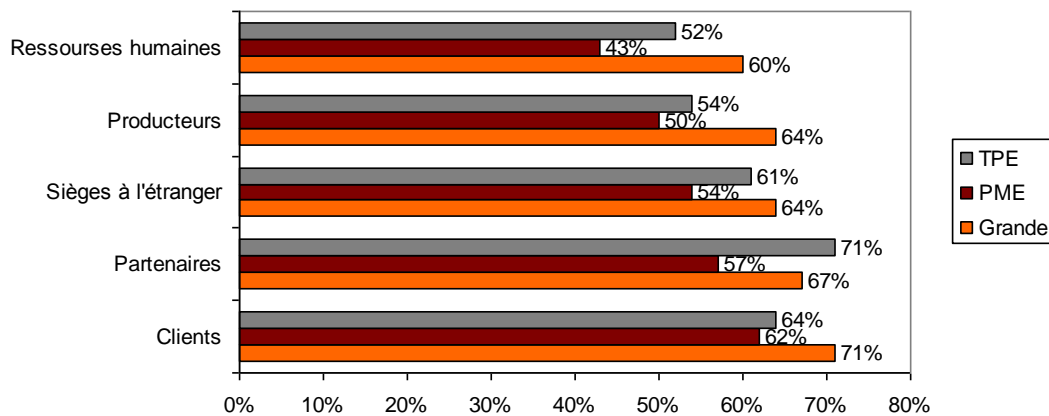
Selon les différents points de vue, on distingue les différents besoins langagiers des entreprises. Les besoins langagiers des employés, des gestionnaires ou de la société ne coïncident pas forcément :

« ... les besoins d'apprentissage sont, dans le contexte de l'entreprise, davantage pensés sous l'angle du collectif que l'individuel ; à ce titre, ils paraissent assimilés aux « besoins langagiers de communication en situation de travail ». L'identification de ces besoins nécessite le croisement des points de vue de tous les acteurs concernés par la formation : direction, employés, collègues, encadrants directs, syndicalistes... » (Moulhrons-Dallies, 2008 : 196)

Le premier pas à faire est de décrire le poste de travail. Pour la description des postes de travail et des emplois, Le Boterf (2011 : 293) suggère quelques méthodes :

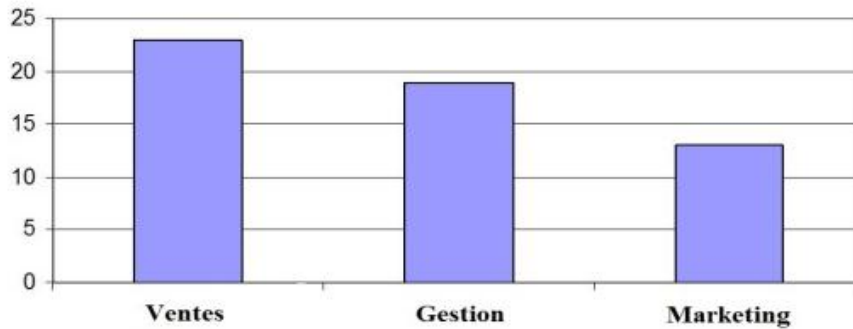
- Les entretiens guidés avec les titulaires des postes de travail, leurs responsables et les personnes ayant une vue sur l'emploi ;
- La description d'une journée de travail permet la description des tâches à réaliser, les difficultés et les problèmes, etc. ;
- L'analyse documentaire sur des objets divers tels que : organigramme, divers résultats, bilans ou comptes rendus d'appréciation, etc. ;
- L'observation directe qui consiste à situer les titulaires des postes dans leur cadre matériel et dans leur environnement, ainsi que l'observation de l'outil de travail et les relations entre les personnes.

Comme nous avons montré au début de cette thèse, le plurilinguisme devient l'essentiel autant dans la macroéconomie du pays que dans la microéconomie des entreprises. Il est possible de remarquer les besoins langagiers des entreprises sur les études des grands échantillons effectuées dans le cadre de certains projets financés de la Commission Européenne : *ELAN, PIMLICO, DYLAN, CELAN* et *CMC_E projet*.



Source : http://www.celan-platform.eu/assets/files/D1.3-Business_Needs_Report-Final.pdf

Graphique 7 : Les besoins langagiers par domaine en comparaison des grandes entreprises, PME et TPE



Graphique 8 : Les secteurs de l'entreprise dans lesquels la connaissance des langues étrangères est le plus important

Selon l'étude *CELAN*,⁸⁹ dont l'objectif principal est l'amélioration de la compétitivité grâce à des stratégies d'apprentissage des langues, 90 % des entreprises ont déclaré qu'elles ont besoin de la connaissance des langues étrangères pour le fonctionnement et pour la compétitivité sur le marché (Cotance, 2011 : 11). Les besoins langagiers des entreprises par les domaines sont présentés sur le graphique 7.

*CMC_E projet*⁹⁰ a fait un sondage auprès de quelques 300 entreprises européennes sur les besoins langagiers de leurs employés. Toutes les entreprises interrogées croient que la connaissance des langues étrangères est essentielle pour les affaires. Il est extrêmement important pour leurs affaires afin d'attirer de nouveaux clients ou de pénétrer sur un marché étranger. Les secteurs de l'entreprise dans lesquels la connaissance des langues étrangères est le plus important sont principalement : la vente (23 %), la gestion (19 %) et le marketing (13 %) (voir le graphique 8).

À la question : *quelles sont les compétences linguistiques les plus importantes pour vos employés afin d'accéder aux marchés étrangers ?*, les entreprises ont premièrement mentionné des compétences de parler (22 %), téléphoner (19 %), écrire (13 %), la connaissance des termes techniques (10 %) et ainsi de suite (voir le graphique 9). Les domaines qui souffrent le plus à cause du manque de la connaissance

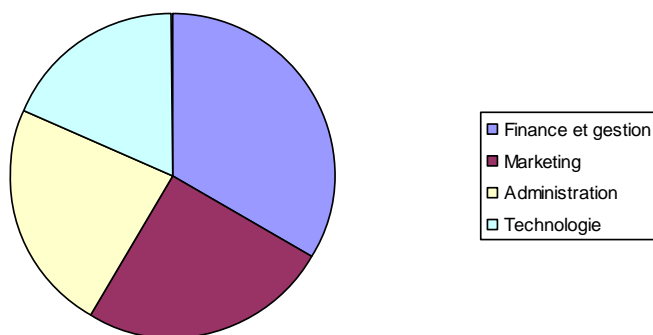
⁸⁹Le réseau CELAN a l'objectif de promouvoir les stratégies d'apprentissage des langues étrangères pour la compétitivité et l'employabilité. Il s'agit du résultat du projet d'évolution de la politique linguistique en UE. À cet effet, l'étude CLEAN a fait un sondage parmi 484 entreprises pour étudier leurs besoins langagiers. Le but est de faciliter la communication entre les acteurs économiques et les linguistes. Plus d'information sur le lien : <http://www.celan-platform.eu/celan%20french/index.html>

⁹⁰Ces résultats sont pris du lien: <http://www.cmcproject.it/portale/unitedkingdom/>. CMC_E project est financé par la Commission européenne. L'objectif de ce projet est de permettre aux apprenants d'améliorer la qualité des connaissances linguistiques dans les contextes professionnels et académiques. [18.02.2012.]

des langues étrangères sont : finances et gestion (20 %), marketing (15 %), administration (14 %) et technologie (11 %) (voir le graphique 10).

Lorsqu'il s'agit de l'amélioration et de l'adaptation de l'éducation aux marchés financiers, une grande responsabilité est sur les établissements éducatifs. Cependant, 74 % des entreprises ont avoué qu'elles n'ont pas de politique de développement des langues étrangères. En Serbie, on pourrait dire que la politique et la stratégie de gestion des langues (SGL)⁹¹ par PME n'existe presque pas. En revanche, selon les résultats préliminaires d'une enquête⁹² à la Faculté de philologie de Belgrade, le chômage et l'emploi sur les postes inappropriés des philologues sont à un niveau élevé. Les étudiants n'ont pas souvent l'occasion d'effectuer les stages professionnels et sur le marché du travail, les employeurs exigent une connaissance fonctionnelle des langues étrangères.

L'analyse des besoins langagiers est un processus qui doit se répéter de temps en temps, qui exige de faire un bilan de ce qui est fait et de monter ce qui doit être fait par



Graphique 10 : Les secteurs de l'entreprise dans lesquels la connaissance des langues étrangères est la plus importante

⁹¹La direction générale de l'éducation et de la culture a lancé une initiative en 2011 pour promouvoir l'usage des stratégies de gestion des langues (SGL). À cet effet, le projet PIMLICO (*Promoting, Implementing, Mapping Language and Intercultural Communication Strategies*) est conçu visant à promouvoir l'apprentissage des langues dans les PME. Ce projet décrit les meilleurs modèles de stratégies d'application pour l'apprentissage des langues dans 40 PME européennes. Pour plus d'information sur le rapport du projet PIMLICO voir le lien : http://ec.europa.eu/languages/languages-mean-business/files/pimlico-summary_fr.pdf [18.11.2013.]

⁹²Cette enquête a été publiée sur le blog *Verbalisti* le 11 décembre 2010 dont la source est *Tanjung*. Elle est disponible sur le lien suivant: <http://www.stranijezičiblog.com/2010/12/master-studije-srpski-kao-strani-jezik.html>

la suite. Même si l'analyse des besoins exige un travail intensif de l'enseignant, ces informations peuvent être très utiles à la planification des futurs cours. L'analyse des besoins langagiers peut améliorer considérablement l'enseignement des langues étrangères et augmenter la motivation des étudiants. De quelque sorte, il s'agit d'un investissement dont les résultats se verront plus tard.

2.10. Conclusion

Pour que la didactique du FOS ou du FS dans le domaine d'économie et de la gestion soit plus performante, il est indispensable de percevoir le contexte socio-économique d'enseignement et tous les changements dans l'environnement éducatif du pays. La description du contexte socio-économique et éducatif à l'aide du modèle proposé par Eurin et Henao nous permet d'avoir une vision d'ensemble de l'apprentissage/enseignement de la langue française en Serbie. L'enseignant doit avoir la capacité de développer et d'adapter ses propres activités par rapport à tous changements aux différents niveaux (local, national et international) et d'être en mesure de réagir adéquatement. Apprendre une langue signifie aussi apprendre une culture, être en mesure d'observer un système de valeurs dans lequel opère une entreprise et apprendre les règles de comportement et de la communication. Bien sûr, cela signifie que l'enseignant du FOS ou du FS à part la connaissance du contenu linguistique et des règles de grammaire, doit connaître aussi les faits liés au contexte de l'enseignement.

La Serbie et la France ont une longue tradition de bonne amitié qui peut être la base pour le développement de bonnes relations à l'avenir. Cependant, en regardant la position géopolitique de la Serbie, ainsi que le potentiel économique qui est sur la voie de développement, on peut conclure que toutes les ressources ne sont pas encore épuisées. Le potentiel pour la coopération existe, en particulier dans le domaine des biens de consommation, l'équipement et les appareils industriels. La France est un pays avec une forte industrie agroalimentaire, industrie pharmaceutique et chimique où la chance de la coopération avec les entreprises serbes existe. La France veut aussi

renforcer les relations bilatérales avec la Serbie sur le plan technique dans les domaines tels que la justice, la police, l'agriculture, le transport, l'environnement et le tourisme. Certaines entreprises françaises sont déjà installées en Serbie et il est possible d'en attendre encore d'autres, mais pour cela il est important d'améliorer le climat des affaires et améliorer l'image de la Serbie à l'étranger. La formation des spécialistes et des étudiants du domaine de l'économie à savoir communiquer et faire des affaires en langue française peut en grande partie contribuer à cet objectif.

L'objectif principal de l'analyse des besoins langagiers est de déterminer les besoins réels des apprenants, mais aussi des institutions et des entreprises. Une fois que ces besoins soient compris, il est beaucoup plus facile d'élaborer les cours pour y répondre. L'analyse des besoins langagiers des apprenants et des entreprises comprend toutes les activités de l'enseignant pour recueillir autant d'informations que possible sur les besoins, mais aussi sur les désirs, vœux et souhaits afin de construire une compréhension globale des apprenants.

Bien que l'analyse des besoins langagiers ait les critiques, que les étudiants eux-mêmes ne sont toujours pas conscients de leurs besoins et que parfois les enseignants s'en servent des besoins pour utiliser une méthode particulière, nous considérons qu'à cette problématique une attention particulière devrait être consacrée. Dans cette partie, nous avons présenté quelques outils pour une efficace collection et analyse des besoins langagiers. Les résultats de l'enquête ont montré qu'il faut consacrer plus d'attention aux relations bilatérales entre les deux pays et à la promotion de la mobilité et des bourses des études dans les universités européens.

À part l'analyse des besoins langagiers et de contexte de la didactique des langues étrangères, il est indispensable d'identifier et de traiter les exigences du discours issu du milieu professionnel moderne. Sur la base de l'analyse des besoins langagiers il est possible d'identifier les éléments linguistiques (lexical, morphosyntaxique, pragmatique, etc.) et extralinguistiques (sociolinguistique, interculturelle, socioculturelle, stratégique, etc.) auxquels les apprenants seront le plus souvent en

contact. La prochaine partie sera consacrée justement à l'analyse du discours économique et commercial.

3. TROISIEME PARTIE

ANALYSE DU DISCOURS ECONOMIQUE ET COMMERCIAL

3.1. Introduction

Cette partie sera consacrée à l'analyse du discours économique et commercial. Les caractéristiques de ce genre du discours sont fondées sur l'étude d'un large corpus constitué en grande partie de documents authentiques oraux et écrits des entreprises françaises déjà installées en Serbie ou planifiant une coopération économique avec la Serbie.

Les documents authentiques jouent un rôle important dans l'enseignement des langues étrangères et surtout dans l'enseignement du FOS/FS, car ils contextualisent l'apprentissage de la langue, ils proposent une situation réelle de travail et ils véhiculent la réalité sociale et culturelle. Comme un ressource inépuisable, il est possible de trouver les DA sur le terrain, dans les milieux professionnels, dans les institutions françaises, dans les revues spécialisées, sur Internet etc. Cependant, la constitution du corpus a posé quelques problèmes, parmi lesquels il faut citer principalement l'éloignement du milieu francophone et la confidentialité des documents. En outre, c'est la raison pour laquelle notre corpus s'appuie principalement sur les documents trouvés sur Internet.

Ce corpus devrait aider les apprenants engagés dans les sciences économiques et commerciales à se familiariser avec le monde professionnel français, avec les entreprises françaises et avec les documents professionnels en français. Le corpus est formé de quatre types de documents :

- 1) les différentes sortes des rapports, des lettres et des avis des entreprises ;
- 2) les missions et les stratégies exposées sur les sites web de présentation des entreprises ou dans les documents de référence;
- 3) les transcriptions des enregistrements de la communication professionnelle montrant comment s'y prendre pour la prise de contact, les ventes et les négociations ;

- 4) les différentes réglementations nécessaires pour le fonctionnement de l'entreprise et pour l'échange commercial international.

L'enseignement/apprentissage du français dans le domaine d'économie ne se limite pas à un lexique spécialisé. Comme nous avons déjà mentionné en § 1.7, le français spécialisé en économie et en commerce se caractérise par la fréquence de certains termes et de certaines structures linguistiques. L'un des objectifs principaux de cette thèse est d'analyser le discours économique et commercial pour mettre en évidence les caractéristiques linguistiques qui apparaissent le plus fréquemment dans ce genre de discours. L'analyse sera faite en plusieurs étapes et à plusieurs niveaux :

- 1) La première phase d'analyse consiste à l'établissement du contexte et de la situation d'énonciation. Tout d'abord, il faut trouver le thème du texte, ensuite identifier le contexte dans lequel se situe le texte et définir la situation d'énonciation (identification de l'énonciateur, ses intentions, le destinataire, son attitude, etc.).
- 2) La détermination des déictiques et des marqueurs consiste en définition des indices personnels (emploi des pronoms personnels et impersonnels) et des indices spatio-temporels (les marqueurs de temps et les indices de la monstration).
- 3) L'analyse du lexique joue un rôle très important dans la compréhension du discours. Nous allons essayer de déterminer les caractéristiques du lexique du discours économique et commercial (caractéristiques des noms, des adjectifs, des verbes, des adverbes, etc.). L'aspect le plus évident de discours spécialisé est sa terminologie. Pour la détermination des termes les plus fréquents, nous allons nous servir de la lexicométrie à l'aide d'un logiciel informatique de l'analyse du discours *Tropes*, qui calcule, entre autres, la fréquence des mots, des expressions, des phrases, etc.
- 4) L'analyse sémantique devrait définir le sens des mots des phrases et des énoncés. Pour l'analyse de notre corpus, la sémantique lexicale est certainement la plus importante. Elle traite l'organisation sémantique du vocabulaire, le sens des mots ou des morphèmes et l'observation des

relations qui existent entre eux. Cette phase exige aussi l'identification des champs lexicaux dominants, la polysémie et le vocabulaire qui peut être potentiellement difficile pour les apprenants, tel que les expressions idiomatiques, les homonymes et les phrases argots.

- 5) L'analyse de la syntaxe et des verbes devrait identifier les types de phrases, ainsi que les modes et les temps verbaux. L'objectif est d'identifier les types de phrases, leur construction, leur enchaînement et la structure du discours.
- 6) L'argumentation joue un rôle très important dans le discours économique et commercial, et de ce fait une attention particulière sera consacrée à l'analyse argumentative. Cette phase comprend aussi la définition des relations logiques. Pour l'analyse des relations logiques nous nous appuyerons principalement sur *La grammaire du sens* de P. Charaudeau et *l'Analyse textuelle* de J.-M. Adam.
- 7) L'analyse sociolinguistique devrait identifier les marqueurs des relations sociales, l'utilisation des différents registres et les règles de politesse, ainsi que le comportement. L'analyse interculturelle démontrera les différences et les similitudes entre la culture serbe et la culture française. Pour cette analyse nous nous appuyons principalement sur les études de E.T. Hall et G. Hofstede.
- 8) L'analyse pragmatique du discours devrait décrire les éléments discursifs les plus fréquents dans le discours économique et commercial, tels que l'organisation et de la structuration des phrases, ainsi que la réalisation des fonctions communicatives.

3.2. Importance des documents authentiques pour la constitution du corpus

Les documents authentiques sont introduits à la didactique des langues étrangères dans les années 1970 avec la méthode SGAV. Il s'agit des documents qui ne sont pas

faits à des fins pédagogiques, mais pour les situations réelles de la communication. La cause principale d'introduction des DA dans l'enseignement était la nécessité des apprenants d'être en contact avec la langue authentique. Par ailleurs, les documents pédagogiques sont tous les supports à des fins d'enseignement qui peuvent être fonctionnels, culturels, authentiques ou fabriqués (Cuq, 2003 : 75).

Selon Cuq (2003 : 29), le document authentique (appelé aussi *le document brut* ou *sociaux*) est « tout message élaboré par des francophones pour des francophones à des fins de communication réelle : elle désigne donc tout ce qui n'est pas conçu à l'origine pour la classe ». Les DA représentent un ensemble de situations de communication très diverses, composées de messages écrits, oraux, audiovisuels ou iconiques. Ils peuvent dériver de la vie quotidienne, professionnelle, administrative, culturelle, etc.

Les DA mettent l'apprenant en contact direct avec la langue authentique. La langue et la culture sont entremêlées l'une dans l'autre. Chaque langue est le produit de sa propre histoire et de sa propre culture, elle a sa façon de voir le monde et sa propre identité (Rot, 2002 : 214, 215). Les DA donnent une vision fidèle de la culture et ils permettent à la réalité d'une culture étrangère d'être présente dans les cours.

L'utilisation des documents authentiques est d'une grande importance pour la didactique du FOS/FS (Živković, 2013c). Il est très important que les apprenants soient en contact avec les documents qui seront utilisés plus tard dans les situations réelles du travail. C'est pourquoi la perspective actionnelle privilégie aussi l'emploi de documents authentiques (Robert et al, 2011 : 99). Nous citerons quelques points parmi les plus essentiels qui soutiennent l'utilisation des DA dans les cours du FOS/FS :

- **La contextualisation de l'apprentissage de la langue**

Les DA proposent une langue qui n'est pas « nettoyée » ou « décontextualisée » à l'inverse des documents didactisés qui sont conçus autour d'une unité grammaticale. Bien que les DA ne soient pas produits originellement pour enseigner/apprendre la langue qu'ils actualisent, ils ne sont pas moins utilisés didactiquement. La didactisation

des DA repose sur la contextualisation (d'une information, d'un espace socioculturel, d'un moment, etc.) et la mise en discours (façon de dire, de se présenter, de persuader, de suggérer, de conseiller, d'argumenter, etc.). Les DA permettent aux apprenants d'être en contact direct avec la langue et la situation authentique dans une communication professionnelle en lui donnant une couleur locale (Ferrari, 2012 : 2).

- **Le développement du vocabulaire**

En exposant l'apprenant aux DA, on l'expose aux structures vivantes d'un lexique actuel et aux locutions figées, par quoi il enrichit son vocabulaire et son usage du lexique spécialisé. Dès lors, la mémorisation des mots et des expressions est plus facile. Les DA fournissent des informations sur un discours de profession particulière et ils placent l'apprentissage des langues dans le contexte particulier.

- **L'entrée dans l'univers singulier de l'entreprise et la proposition d'une situation réelle de travail**

Les DA aident les apprenants à se familiariser avec les principes de la communication professionnelle, à comprendre ses codes, sa culture et son fonctionnement.

- **Briser la monotonie de la répétition des leçons**

Contrairement aux exemples artificiels des leçons et aux documents fabriqués pour les fins pédagogiques qui traitent bien des unités de la grammaire, mais qui sont quelquefois ennuyeux et démotivants pour les apprenants, les DA brisent la monotonie et la répétition.

- **Les ressources inépuisables**

Longtemps, dans l'enseignement des langues étrangères, on n'a utilisé que les méthodes sous forme de livres. Les DA sont tout autour de nous et quelques fois nous ne sommes même pas conscients du nombre de ces ressources. Le chapitre prochain montrera les différentes possibilités d'accéder à ces documents.

- **L'entrée dans le cours la réalité sociale et culturelle de la langue cible**

Les DA permettent aux enseignants d'unir la civilisation et la langue. Pour les apprenants, c'est la possibilité de suivre les événements actuels du pays concerné. La plupart des documents de la presse, de la radio ou de la télévision transmettent les actualités politiques, sociales, culturelles ou économiques. Par exemple, si dans les cours du FOS on utilise la nouvelle réglementation pour PME qui se réfère à l'import ou à l'export, les apprenants peuvent même apprendre quelque chose de nouveau concernant leur profession.

- **La motivation**

Les DA ont une fonction affective qui se manifeste à la motivation des apprenants à apprendre une langue étrangère et à surmonter les différences culturelles. À partir d'un document authentique, nous stimulons la curiosité et la mémoire des apprenants (Lemeunier, 2012 : 2). Les apprenants sont contents de voir les résultats de leurs efforts lorsqu'ils comprennent un texte authentique. C'est une manière aussi de montrer aux apprenants qu'ils peuvent comprendre l'autre langue et accéder au quotidien de l'autre culture.

Cependant, souvent ces documents « échappent aux concepts et opérations métalinguistiques » qu'on leur impose pour les analyser. Il est nécessaire de les mettre en œuvre pédagogiquement, d'une manière de « rétablir une cohérence » entre l'objet d'analyse et le modèle métalinguistique qui sert à l'analyse (Besse, 1987 : 183-214 ; v. Tagliante, 2006 : 101-103). Lorsqu'un document est sorti d'un contexte communicationnel ou lorsqu'il est modifié, il perd son authenticité. Le fait qu'un document authentique soit inséré dans un manuel après une activité de grammaire, n'est plus un document authentique, il est décontextualisé et il devient un document pédagogique.

Les DA peuvent être écrits ou oraux sur tous les supports (papier, écran, répondeur, vidéo). Voici quelques exemples des DA :

a) Écrits :

- de la vie quotidienne : horaires de train, plan de la ville, plan de métro, menu

au restaurant, etc.

- d'ordres administratifs : communication interne, formulaires, rapports, compte rendus, correspondance des entreprises avec des clients, des fournisseurs, des banques, des assurances, etc.
- audiovisuel : vidéos, publicités, reportages, etc.
- iconographiques : affiche, publicités, etc.

b) Oraux : interviews, débats, conversations, vente, négociations, etc.

Les méthodes doivent tenir compte de la pluralité des publics et de la diversité des médias. Les deux principes fondamentaux doivent être distingués : « savoir ne pas saturer d'activités un document authentique et savoir circonscrire les modalités opératoires d'utilisation pédagogique » (Cuq et Gruca, 2005 : 439). Par ailleurs, un même document peut être exploité plusieurs fois en fonction des besoins et des compétences des apprenants. Même s'il est nécessaire de faire quelquefois certaines modifications, il est important que les apprenants les perçoivent comme authentiques.

Cependant, pour différentes raisons, chaque document n'est pas utilisable dans les cours, et par conséquent il est nécessaire de faire une sélection. Lemeunier (2012 : 8) nous propose quelques questions à se poser, comme les critères de la sélection des documents :

- Est-il adapté au public visé par rapport à : leur âge, niveau de langue, centre d'intérêt, habitudes, objectifs, etc. ?
- Y a-t-il des éléments non-verbaux tel que : date, auteur, redondance du son, de l'image ou des illustrations qui peuvent faciliter la compréhension ?
- Les paramètres de la situation de communication (nature du document, locuteurs, lieu, moment, manière, cause et enjeu de l'interaction) apparaissent-ils clairement ?
- Est-il exploitable pédagogiquement ?
- Le contenu (communicatif, linguistique et socioculturel), est-il pertinent par rapport à la progression ?
- Est-il un bon déclencheur pour une systématisation (orale ou écrite) ou pour une

production (orale ou écrite) ?

Naturellement, pour qu'un enseignant s'oriente vers l'exploitation des DA, il doit être bien motivé, expérimenté et recruté par l'institution ouverte à l'innovation.

« Même s'ils ne sont pas aptes à résoudre à eux seuls, tous les problèmes que soulève l'enseignement des langues, les documents authentiques, qui ont permis de réaliser l'articulation du linguistique et du culturel, sont plus que jamais au centre du dispositif pédagogique. » (Cuq et Gruca, 2005 : 440)

3.3. Ressource des documents authentiques

Trouver les documents authentiques pour un enseignant du FOS/FS qui se trouve à l'étranger, loin du monde francophone, pourrait paraître très difficile. Pourtant, comme il vient d'être mentionné, les DA sont des ressources inépuisables disponibles tout autour de nous. Pour la constitution du corpus de cette thèse, nous avons fait une liste des moyens de se procurer les DA du domaine économique et commercial :

- **Sur le terrain, dans les entreprises ou dans le milieu professionnel**

Dans les entreprises, il est toujours possible de trouver des documents tels que : mode d'emploi, catalogues, brochures, bons de commande, affiches, etc. Avec la permission de la direction générale, il est possible même d'obtenir des règlements intérieurs, bulletins de paie, rapports, certaines lettres de la correspondance professionnelle, etc.

- **Les institutions françaises**

Des nombreuses institutions françaises implantées dans le monde entier comme les centres de langue, les alliances françaises (implantées dans 135 pays du monde), les associations francophones, les missions économiques ou les chambres de commerce peuvent procurer les documents (Voir également §2.4.2 dans lequel nous avons cité les institutions françaises installées en Serbie).

- **Les ambassades et les consulats**

Dans les ambassades et les consulats, il est assez facile d'obtenir des documents administratifs qui sont en libre service : formulaires, affiches, prospectus, livrets, etc. Dans l'ambassade française et dans la mission économique, il est également possible de trouver la liste des entreprises françaises implantées en Serbie.

- **La littérature et les revus spécialisés dans un domaine particulier**

Les revus spécialisés⁹³ représentent toujours un document authentique. Dans le domaine du français des affaires nous ne citerons que quelques-unes : *Direction et Gestion, Institutions et entreprises, la Gestion en Résumé, le Nouvel Economiste, Entreprendre, le Journal des finances, Commerce, Commerce magazine*, etc. La presse écrite quotidienne ayant la rubrique d'économie peut être aussi un document authentique : *le Figaro, le Monde, le Parisien*, etc.

- **Les ressources en ligne sont les plus nombreuses :**

- *La chambre de commerce et d'Industrie de la ville de Paris (CCIP)*

La CCIP propose des ressources utiles pour se familiariser avec les entreprises françaises et avec la culture des affaires. Le centre intervient dans l'évaluation, dans la formation et de la certification du français langue professionnelle. Il est disponible sur le lien : <http://www.francais.cci-paris-idf.fr/>. *NumériFOS* est une banque de ressources numériques pour le FOS au sein de la CCIP. Le site est disponible sur le lien : <http://www.francais.cci-paris-idf.fr/numerifos/>

⁹³Pour une liste plus détaillée voir les liens : <http://www.le-fos.com/resso.affaires.revues.htm> et <http://www.lexisnexis.fr/solutions/inforecherche/revues/index.html> [15. 08. 2013.]

– *TV5 Monde*

Sur ce site de la télévision, il y a des options pour la découverte et l'apprentissage de la langue française. Par ailleurs, il y a une collection d'exercices interactifs en proposant la possibilité d'apprentissage avec l'application pour iPhone et pour iPad. Il est disponible sur le lien : http://www.tv5.org/TV5Site/enseigner-apprendre-francais/accueil_apprendre.php.

– *Onisep TV*

Une plateforme vidéo est composée d'environ 400 films sur les métiers et 200 sur les études conçues pour le grand public avec les partenaires du monde économique, institutionnel et des médias. Ce sont les témoignages des jeunes et des élèves en situation de formation, ou professionnels en situation de travail. Elle est disponible sur le lien : <http://oniseptv.onisep.fr/index.php>.

– *Françparler*

Ce site est conçu pour les professeurs de français et il propose les exemples des DA regroupés en grands thèmes, selon la classification établie par CEFR (Conseil de l'Europe, 2000 : 45). Par exemple, si on choisit le grand thème d'*Achats*, on retrouve les exemples des types de documents suivants : ticket de caisse, billet de banque, petites annonces de vente, catalogue d'un magasin, catalogue de commande par correspondance, descriptif d'un produit, avis d'un consommateur sur un produit, publicité, sondage et facture. Il est disponible sur le lien : <http://www.françparler-oif.org/pour-la-classe/ressources-pedagogiques/2392-exemples-de-documents-authentiques-et-pistes-de-recherche.html>

– *Radio France Internationale (RFI)*

Cette radio présente les actualités en français courant, avec des mots simples et en expliquant le contexte. Notamment, il y a une partie qui se rapporte à des questions économiques. Il est disponible sur le lien: <http://www.rfi.fr/economie>.

– *Web TV de pôle emploi*

Cette chaîne de télévision dispose de nombreux documents et vidéos

authentiques. Elle dispose aussi d'un catalogue de métiers : agriculture, banque/assurance, fonctions publiques, tourisme, comptabilité, ressources humaines, commerce et vente, etc. Par ailleurs, il est possible de trouver des conseils du recrutement en cours et de la création d'entreprise. Il est disponible sur le lien : <http://webtv.pole-emploi.fr/index.php>

– *EDUFLE.NET*

EduFLE.net est un lieu d'échanges des expériences et des ressources pédagogiques comme les rapports de stage ou les dossiers didactiques. Il est disponible sur le lien : <http://www.edufle.net/-Francais-sur-objectifs-specifiques-.html>

– *Le français authentique*

C'est un groupe qui regroupe des personnes ayant travaillé ou étudié dans les pays francophones pour les aider à mieux apprendre la langue ou échanger les idées avec les nouvelles technologies. Le groupe est disponible sur le lien : <http://www.francaisauthentique.com/>

– *Documentissime*

C'est un site Internet qui contient plus de 5000 exemplaires des lettres et des contrats des différents domaines à télécharger. Il est disponible sur le lien : <http://www.documentissime.fr/>

Les DA ont leurs inconvénients et leur recueil implique quand même certaines difficultés (v. aussi Morlat, 2009 : 2). Lors de la constitution de notre corpus composé des DA, nous avons également rencontré plusieurs difficultés.

3.4. Problématique de la constitution du corpus

Notre premier plan concernant la constitution du corpus était qu'il soit composé des documents utilisés pendant les négociations commerciales. Cependant, en raison de nombreux problèmes que nous avons rencontrés lors de la constitution du corps, nous étions obligé de modifier sa composition et d'orienter la recherche principalement sur les documents qui se trouvent sur l'Internet. Nous ne mentionnerons que quelques-uns des plus grands problèmes que nous avons rencontrés :

- **Les entreprises francophones en Serbie utilisent la langue anglaise dans leur communication**

Comme il s'agit dans la plupart des cas, des compagnies multinationales comme *Michelin*, *Schneider électrique* ou *Crédit Agricole* sont obligées d'utiliser les documents en anglais lors du déficit du cadre professionnel parlant français. En Serbie, comme il est déjà mentionné en § 2.3, il y a un grand déficit du cadre compétent de travailler dans le domaine d'économie et du commerce en français. Nous avons essayé de contacter et de rechercher les documents chez certaines entreprises françaises installées en Serbie, telles que *Michelin*, *Lafarge*, *Le Bélier*, *Société Générale*, *Crédit Agricole* par les connaissances privées qui travaillent au sein de ces entreprises. L'institut français a même écrit une lettre de recommandation, où il était indiqué que la documentation est nécessaire pour les recherches scientifiques. Cependant, c'était toujours la même réponse : les documents dont ces entreprises disposent sont en anglais. Même s'il existe certains documents en français, il s'agissait d'habitude des documents de haute confidentialité auxquels il est impossible d'arriver. Bien sûr, dans les sièges sociaux les documents qui sont en anglais existent aussi en français, mais cela implique d'autres problèmes pour se les procurer.

- **L'éloignement du milieu professionnel francophone et la difficulté d'y accéder**

Il est possible de trouver la majorité de documents directement à l'entreprise, mais il n'est pas toujours facile de se rendre sur place à cause d'éloignement. Comme il s'agit de l'implémentation des entreprises françaises en Serbie, leur siège social est en

France. Ainsi, pour se rendre sur place impliquait certaines difficultés de transport, d'obtention des jours libres et bien sûr des coûts financiers. Pourtant, alors même que nous avons eu la possibilité de se rendre sur place et que nous avons annoncé à l'avance notre arrivée, nous n'avons pas eu l'occasion d'entrer dans certains secteurs de l'entreprise. Les documents qui nous étaient proposés par les entreprises ne correspondaient pas à notre objectif de la recherche.

- **La confidentialité des documents**

Certains documents sont de très grande confidentialité tels que les contrats commerciaux, les contrats des salariés, les notes internes, les résultats d'une négociation etc. Pour se procurer ces documents, il faut avoir des permissions spéciales des responsables de plus haut niveau. Pourtant, il n'est pas du tout aisé de les obtenir, puisque premièrement il est très difficile de les atteindre ; et deuxièmement, même si on réussit à les atteindre, ils sont d'habitude trop débordés par leur travail pour s'occuper de ces documents. Le monde de l'entreprise ne connaît pas la didactique du FOS/FS. La direction des ressources humaines (DRH) ou le PDG ne sont pas des spécialistes des langues et souvent ils ne comprennent pas l'importance de la recherche scientifique.

- **Les droits d'auteurs et les droits de diffusion**

Même s'il est possible de trouver un employé dans l'entreprise qui est prêt à aider dans la recherche de ces documents, il faut toujours faire l'attention aux droits d'auteurs et aux droits de diffusion. Il est interdit de diffuser les documents d'entreprises sans permission qui est très difficile d'obtenir. Plusieurs fois nous avons reçu la réponse que les documents de l'entreprise ne peuvent pas sortir de l'entreprise et les documents qu'ils nous ont proposés se trouvent déjà sur le site web de l'entreprise.

- **La décontextualisation lorsqu'il n'est pas lié à la situation authentique**

Lorsqu'un DA est détaché du « contexte extralinguistique de production et de réception », il n'est plus un document authentique (Damar, 2009 : 82). Par exemple, une lettre de motivation est un document authentique, mais si elle n'est pas liée au contexte de la situation de la communication, ce document est décontextualisé. Si on ne sait pas pour quelles raisons le candidat postule, dans quel métier, au sein de quelle entreprise,

quand, avec qui il va parler, ce n'est plus un DA. Pour l'exploitation des DA il faut avoir un scénario le plus possible proche de la vie réelle, une histoire inspirée de la réalité.

- **Les documents ne répondent pas aux besoins spécifiques des apprenants et aux objectifs de l'enseignement**

Les DA ne sont pas faits pour être utilisés dans les cours et donc, ils ne peuvent pas toujours répondre aux critères des besoins des apprenants et aux objectifs du cours : âge, nationalité, niveau, progression, etc. Alors, il est nécessaire de faire une sélection et une analyse détaillée de ces documents.

- **La complexité discursive et linguistique**

Comme les DA ne sont pas conçus à des fins pédagogiques, tous les documents ne sont pas exploitables. Les DA exposent l'apprenant aux nouvelles structures, souvent complexes et aux nouvelles catégories grammaticales. Les apprenants ne sont pas suffisamment « armés » pour « interpréter les documents qui lui sont donnés en pâture » ce qui peut mener à certains malentendus et à l'incompréhension (Morlat, 2009 : 3). Le vocabulaire peut être également inadapté aux besoins des apprenants.

- **La longueur des documents**

Certains documents sont trop longs pour être exploités entièrement. Alors, quelques fois il est nécessaire de faire des coupures. Par exemple, le *Document de référence de Michelin* pour 2011 a 260 pages et il est évident qu'il ne peut être exploité entièrement.

3.5. Constitution du corpus

Définir le corpus signifie définir un minimum de représentativité à cet objet, ce qui ne représente pas un travail facile. La construction du corpus pour l'AD comprend que l'analyste prend sa position sur la langue et son fonctionnement, sur les locuteurs et leur degré de connaissance, sur les contraintes qu'imposent les genres (Mazière, 2005 :

10). Selon les objectifs de l'enseignement, on peut avoir recours aux différents genres de textes pour trouver les indices linguistiques (Bronckart, 1996b : 45 ; Adam, 2001). Le corpus spécialisé dans l'économie devrait servir pour une analyse de la langue qui pourrait permettre alors l'élaboration pédagogique. Les sources principales pour la constitution du corpus étaient :

- l'Internet : les sites web de présentation d'entreprise, youtube, les règlements pour les affaires sur les sites web des différents organismes, etc. ;
- les documents qu'on a pu réussir à obtenir dans les entreprises, grâce aux contacts personnels ;
- certains manuels conçus pour aider la correspondance en français et pour faire les négociations avec le succès (Bas et Droit-Hesnard, 2005).

La constitution de notre corpus est faite en trois étapes et sur quatre principaux terrains de recherche :

- Les étapes de la constitution du corpus :
 - 1) *Sélectionner* – tout d'abord, nous avons sélectionnée les documents parmi la foule d'autres documents afin de trouver ce qui convient le mieux à l'objectif de notre recherche. La sélection principale était entre le discours oral et le discours écrit (voir le tableau 9) ;
 - 2) *Traiter* – le document entier n'est pas utilisable (de nombreux documents sont trop longs, certaines parties ne correspondent pas à l'objet d'analyse, etc.), de sorte que les documents sélectionnés devraient être traités

Tableau 9. : La sélection des documents oraux et écrits

Oraux, Vidéos	Entretiens d'embauche Conversation téléphonique Prise de rendez-vous Présentation Vente	Écrits	<ul style="list-style-type: none"> • Rapports • Lettres • Présentation sur le site web • Correspondance • Documents • Contrats • Règlements • Avis • Notification • Institutions • Communication • Formulaires • Offres
--------------------------	---	---------------	--

ultérieurement. D'abord, nous avons coupée des documents trop longs en parties qui correspondent à l'objectif de notre recherche. Puis, pour pouvoir plus facilement faire l'analyse, nous avons transféré tous les documents au format *Microsoft Word*. Aussi, nous avons fait la transcription écrite des documents vidéos.

3) *Classer* – les documents traités étaient classés ensuite selon les genres et sous-genres (voir le tableau 10). Le CECR (2000 : 76) propose aussi un classement basé sur les genres et les types de textes oraux (débat publics et contradictoires, conversations personnelles face à face, conversations téléphoniques, entretiens d'embauche, etc.) et écrits (formulaire et questionnaires, lettres d'affaire, rapports, documents de référence, etc.)

- Les principaux terrains de recherche :

- 1) les différents types des documents de communication de l'entreprise (des rapports, des avis, des communiqués, des offres, etc.), notamment des entreprises qui sont déjà implantées en Serbie ou des entreprises qui entretiennent des relations professionnelles avec la Serbie ;
- 2) les missions et les stratégies et d'autres présentations qui se trouvent sur les sites web des entreprises ;
- 3) les différentes vidéos montrant la manière dont il faut faire de la prospection, pour se présenter à l'entretien d'embauche, pour prendre le rendez-vous, etc. ;
- 4) les différentes réglementations et procédures concernant l'export ou le démarrage d'une affaire en France, principalement pour les PME

Le regroupement des documents de notre corpus se base sur les genres de discours.⁹⁴ Pour Maingueneau (1996 : 85) :

⁹⁴Il existe un dilemme en matière de typologie des textes, en particulier pour la distinction entre les types de discours et les genres de discours (Maingueneau, 2003 : 176). Le type de discours est la catégorisation élémentaire, dans notre cas le discours économique et commercial. Par contre, les genres de discours, spécifient ce type de discours.

« L'une des tâches essentielles de l'analyse du discours est de classer les discours qui sont produits dans une société. D'ailleurs, les membres d'une collectivité ont une compétence en matière de *typologie des discours* qui leur permet de reconnaître le type d'activité discursive dans lequel ils sont engagés et de s'y comporter de manière appropriée. »

Tableau 10 : La constitution du corpus écrit

Rapport	d'activité des commissaires aux comptes
Lettre	professionnelle de proposition de motivation d'attestation
Présentation sur le site web	Stratégie, Missions
Correspondance par e-mail	avec les fournisseurs avec les collègues
Documents pour les affaires internationales	Documents douaniers Document administratif unique (DAU) Documents accompagnant la déclaration Fiscalité et union douanière
Contrats	de transport de travail
Règlements	de la commission intérieur du comité du code des douanes
Avis	aux titulaires de carnet TIR de la réunion
Notification	concernant le carnet TIR méthodologique
Communication	de la commission
Offres	du travail de produit de stage Appel d'offres
Formulaires	DAU Réclamation du consommateur

Les genres textuels s'intéressent à la structure du texte, au mode de la structure et la manière dont un texte est modéré. Selon Maingueneau (2014 : 65), « tout type est un réseau de genres ; tout genre est rapporté à un type ». Il est possible de distinguer trois modes de groupement :

- *La sphère d'activité* – a un *noyau* et un *périphérique*. Par exemple, pour le discours économique et commercial, le noyau représente tous les documents qui circulent dans l'entreprise. Le discours périphérique peut être un discours politique concernant l'économie nationale ou internationale ;
- *Les champs discursifs* – dans le cadre d'une sphère, il est possible de distinguer plusieurs champs où s'affrontent divers positionnements. Par exemple, dans une entreprise, on peut distinguer le discours patronal, le discours des gestionnaires, le discours des syndicats ou des employés, le discours des actionnaires, etc.
- *Le lieu d'activité* – la plupart de documents se produisent au sein de l'institution. Par exemple, pour le discours économique et commercial, le discours se produit dans l'entreprise, mais il peut se produire également dans une banque, chez les partenaires professionnels ou dans un restaurant lors d'une négociation.

Tableau 11: Les enjeux de la communication

Documents	Objectif	Actes de paroles
Entretiens d'embauche	Obtenir le poste	Salutation, présentation, explication, persuasion
Conversation téléphonique, Prise de rendez-vous	Établir ou maintenir des contacts professionnels	Prise de la parole, défendre l'opinion
Rapport	Décrire sommairement une situation ou un événement	Description, explication, argumentation
Présentation sur le site web	Présenter l'entreprise	Présentation, explication
Documents pour les affaires internationales, règlements	Démontrer les procédures d'affaires	Explication, argumentation
Offres	Offrir le produit ou le service	Présentation, argumentation

Les documents qui constituent le corpus ont ces objectifs et représentent les enjeux de la communication (voir tableau 11). Pour la didactique des langues, il est important de comprendre ces objectifs et ces enjeux pour pouvoir adapter son enseignement. Écrire un texte signifie de respecter les règles d'écriture. Il n'est pas possible de reproduire le texte sans connaître les genres. Il existe trois niveaux de texte :

- *thématique* – le sujet dont il traite ;
- *formel* – les marqueurs discursifs qui font la structure du texte ;
- *énonciative* – la fonction du texte, son intention à la communication (convaincre, expliquer, démontrer, raconter, etc.).

S. Moirand (1990b) propose également quelques critères pour le choix des discours :

- *La structuration discursive* – dans la première analyse, il faut repérer la structuration discursive (descriptive, démonstrative, appréciative, etc.) et des séquences discursives à l'intérieur d'un document.
- *La visée pragmatique* – l'analyse à visée pragmatique permet de dégager les fonctions « privilégiées ». Le but du discours économique et commercial est de « faire agir ». Il s'agit du discours « d'action dans lequel la persuasion et la négation permettent le pas sur le raisonnement hypothético-déductif des discours de la science (y compris des sciences humaines). »

3.5.1. Pourquoi ce corpus ?

Ce corpus devrait fournir autant aux apprenants nationaux du FOS/FS, qu'aux enseignants la possibilité de connaître les documents issus du milieu professionnel français. Nous sommes parti de l'hypothèse que la plupart de documents nécessaires pour connaître une entreprise se trouvent aujourd'hui sur l'Internet.

Le premier pas fait lorsque l'on essaie de réaliser une coopération professionnelle avec une entreprise ou lorsqu'on planifie de postuler au sein d'une entreprise, est d'aller sur le site web de présentation de cette entreprise et de chercher autant d'informations possible à son sujet. La documentation de l'entreprise véhicule des informations techniques, commerciales, mais aussi elle présente l'image de l'entreprise (Duboin et al., 2001 : 66). Pour cette raison, nous avons recueilli les web site de présentation, les rapports, les stratégies et les missions des entreprises. De plus, nous avons fait attention à ce que les documents soient pris dans des entreprises présentes en Serbie.

Une fois l'entreprise identifiée, le deuxième pas consiste en une prise de contact et de rendez-vous avec des responsables de cette entreprise. Les contacts peuvent être obtenus via une conversation téléphonique, une lettre de proposition ou de demande. À l'occasion, il est possible d'entreprendre la négociation commerciale ou de se présenter à un entretien d'embauche. Pour cette raison, nous avons recueilli les enregistrements présentant les manières dont ces conversations se déroulent. Nous nous sommes procurés les lettres de proposition, de demande, de motivation, etc. afin d'en connaître la forme rédactionnelle.

La connaissance de ces documents devrait aider aussi les entrepreneurs à accéder au marché français et francophone en général, à se familiariser avec les règlements de l'export, à trouver des partenaires d'affaires, à organiser une réunion d'affaires et à entretenir les relations professionnelles. En analysant le discours sur ce corpus nous essayerons de déterminer la forme de ces genres, de décrire les structures linguistiques qui apparaissent le plus souvent et de déterminer les raisons de cet état de fait. Pour l'analyse de discours nous nous appuierons principalement sur les consignes de J. M. Adam et de D. Maingueneau. Pour les études lexicométriques nous avons utilisé le logiciel *Tropes*.

3.6. Utilisation du logiciel pour l'analyse du discours

Les logiciels sont devenus capables de traiter ne seulement le lexique, mais aussi le discours. Depuis la naissance de l'analyse du discours, les analystes recourent à la machine et aux TICE. Les traitements informatisés du discours, tels que textométrie, annotations, fouille de textes, sont devenus très habituels aujourd'hui. La liste des logiciels pour l'analyse du discours est assez longue : *Alceste*, *Prospéro*, *Lexico*, *Tropes*, *Atlas Ti*, *Taltac*, *SATO*, *Sémato*, *SPSS*, *Hyperbase*, *Plume*, *WordStat*, etc. (v. Maurel, 2004). Pour l'analyse de la fréquence des certains mots, connecteurs et styles nous nous servirons du logiciel *Tropes*.

Le logiciel *Tropes* est développé par Pierre Molette et Agnès Landré en 1994 sur la base des travaux de Rodolphe Ghiglione. Il utilise la technique de fouille pour une analyse sémantique du discours en s'appuyant sur les travaux scientifiques de Rafales, tandis que *Scénario* et style général du texte sont adaptés à partir de la *Grammaire du sens et de l'expression*. Les analyses effectuées par *Tropes* sont statistiques et la longueur des textes est importante pour avoir des résultats significatifs. *Tropes* effectue plusieurs types d'analyse : un traitement complexe d'Analyse cognitivo-discursive (ACD), une analyse probabiliste des mots, une analyse statistique sur la cooccurrence et le taux de liaison des classes, ainsi qu'une statistique sur la fréquence globale d'appariation. Les propositions remarquables introduisent des thèmes et des personnages principaux. Pour traiter un texte, *Tropes* (Tropes, 2013 : 50) travaille en six étapes :

- 1) découpages des phrases et des propositions (logiciel découpe le texte en propositions pour obtenir des statistiques de cooccurrences) ;
- 2) levée d'ambiguïté (logiciel utilise plusieurs algorithmes pour résoudre les problèmes d'ambiguïté) ;
- 3) identification des classes d'équivalent ;
- 4) statistique ;
- 5) détection des propositions remarquables ;
- 6) mise en forme et affichage des résultats.

Pour que *Tropes* puisse faire des analyses statistiques, les textes doivent être assez longs pour obtenir des résultats significatifs. *Tropes* a plusieurs fonctions pour afficher les résultats de l'analyse : style, univers de référence, références utilisées, scénarios, relations, catégories fréquentes, toutes catégories de mots, verbes, adjectifs, substantifs et épisodes.

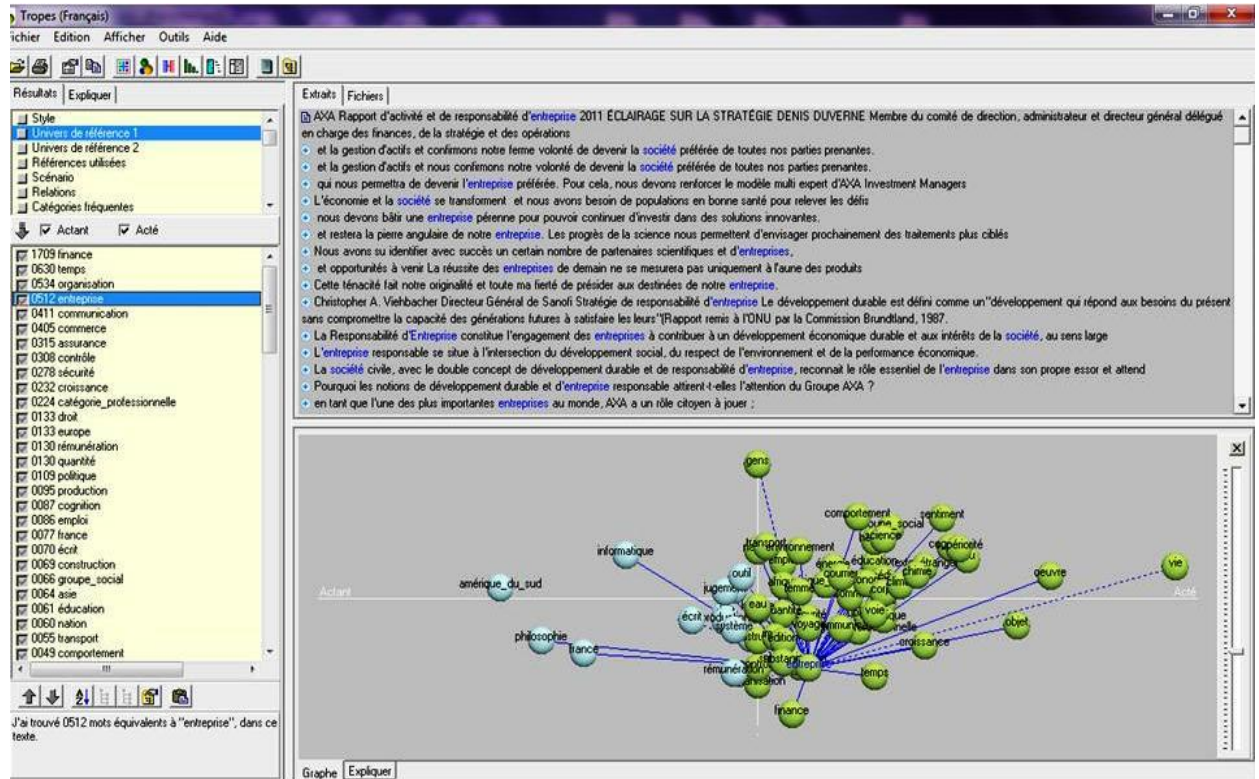
- *Style* - *Tropes* donne une alternative parmi quatre styles :
 - *argumentatif* (argumente, explique ou critique pour persuader),
 - *descriptif* (narrateur décrit, identifie ou classe quelque chose à quelqu'un),
 - *énonciatif* (établissement du rapport entre locuteur et interlocuteur et entre relèvement du leur point de vue),

- *narratif* (succession d'événements qui se déroulent dans un moment et dans un lieu donné).

Il donne aussi cinq *mises en scène* :

- dynamique,
 - action (exprimer par les verbes d'action);
 - ancré dans le réel (exprimer par les verbes de la famille d'être et avoir);
 - prise en charge par le narrateur (exprimer par les verbes réalisent une déclaration sur l'état ou action)
 - prise en charge par « je » (exprimer par les pronoms de la première personne du singulier).
- *Univers de référence* (1 et 2) des mots du texte représente le contexte. Dans les classes d'équivalents, ils regroupent les principaux substantifs (voir le graphique 11). Pour leur détection, le logiciel utilise un dictionnaire des équivalents sémantiques. Le dictionnaire sémantique de Tropes contient trois niveaux de classification.
 - *Références utilisées* dans le texte comptent la fréquence décroissante des références (substantifs) en les regroupant dans les classes d'équivalent.
 - Un *scénario* pour l'identification du lexique. Les classifications *des scénarios* sont adaptées aux objectifs d'analyse. Ils sont indispensables pour une analyse correcte du corpus. Les scénarios peuvent correspondre aux documents globaux et aux documents très spécialisés. En utilisant les résultats obtenus par scénarios, il est possible de faire des rapports avec des tableaux statistiques et les graphiques dans *Excel*.
 - L'option *Relations* trie les relations de cooccurrence entre les classes d'équivalents par la fréquence décroissante. Elle indique les classes d'équivalents fréquemment liées.

- *Catégorie fréquente* est considérable lorsque la fréquence du mot est supérieure à la moyenne. Les résultats se comparent statistiquement avec les tables internes de Tropes.



Graphique 11 : Univers de référence

- *Toutes catégories des mots*. Cette option décrit sa répartition dans la sous-catégorie en pourcentage et en nombre d'occurrences. *Tropes* regroupe les mots en six grades catégories lexicales : verbes (factifs, statifs, déclaratifs), connecteurs (condition, cause, but, addition, disjonction, opposition, comparaison, temps, lieu), modalisations (temps, lieu, manière, doute, négation, intensité), adjectifs (objectifs, subjectifs et numérique), pronoms personnels et substantifs.
- *Scénarios*. Cette fonction permet l'étude de la chronologie du discours. Elle est fondée sur les notions de rafale et d'épisode. La classification sémantique des scénarios doit être adaptée aux objectifs d'analyse. L'utilisation des scénarios est indispensable pour une analyse correcte.

L'univers de référence et leurs relations utilisées démontrent le cœur du discours, tous les acteurs, objets, choses et concepts de mise en scène (Tropes, 2013 : 13). La présentation des résultats est possible sous la forme du rapport ou graphique sur les modes : *acteurs, aires, étoiles, répartitions et épisodes*.

Quelques phrases clés sont essentielles pour comprendre un texte et atteindre son noyau. Les ontologies spécifiques permettent la définition des propres classifications, modifications ou restructurations des dictionnaires du logiciel, remplacement du thésaurus, personnalisation des fonctions de la recherche et la définition de la grille d'analyse.

3.7. Établissement du contexte et de la situation d'énonciation

La première activité de l'AD consiste dans la compréhension globale du texte, la détermination du thème,⁹⁵ c'est-à-dire découvrir le sens et l'idée principale du texte (Moirand, 1979 ; Lehman et al., 1980). Il est important pour les apprenants du FOS/FS, lorsqu'ils voient un texte pour la première fois, de dire de quoi il s'agit, de définir le thème et de définir la situation de l'énonciation. Pour y réussir, il suffit de voir le titre, la présence des données (date, lieu, personnes etc.), des chiffres (somme d'argent, etc.), les tableaux, etc.

⁹⁵Dans un texte les apprenants devraient distinguer le *thème* et le *rhème* (propos). Le thème envoie au sujet, au monde extérieur du texte et l'unité linguistique est le lexique, tandis que le rhème se réfère à ce que dit le texte à ce sujet. Les unités rhématiques sont ponctuelles, particuliers et actionnels. Ils se trouvent dans la grammaire et syntaxe (verbes, temps verbaux, lexique grammaticale) (Maingueneau, 2003 : 190-195).

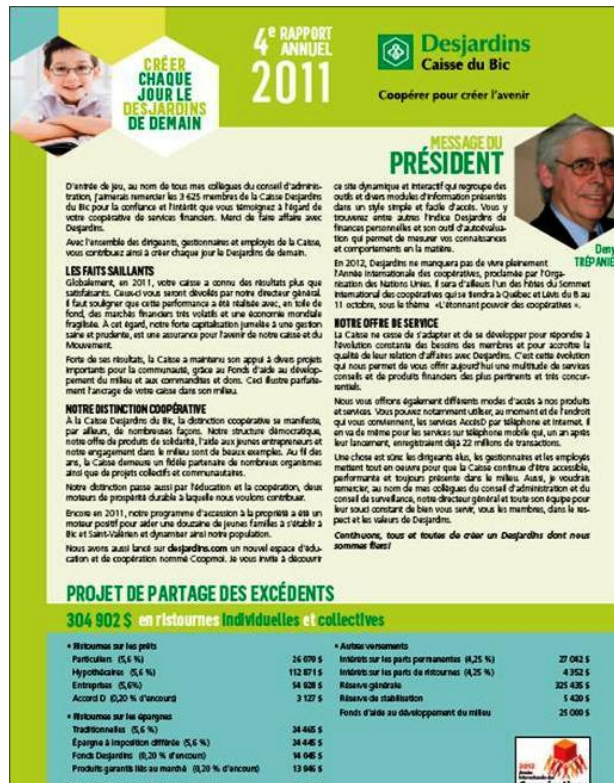


Image 2: La présentation générale du texte

« Pour comprendre un énoncé, nous ne faisons pas seulement appel à notre connaissance de la langue et à l'environnement immédiat : nous mobilisons aussi notre connaissance du monde (connaissance dite encyclopédique). » (Maingueneau, 2009 : 91)

Par exemple, si on regarde le texte présenté sur l'image 3.1, on peut immédiatement conclure qu'il s'agit du quatrième rapport annuel de l'entreprise BIC, que c'est un message du président, qui parle de la stratégie, de l'offre, etc.

Le contexte joue un rôle essentiel dans le fonctionnement des énoncés concernant sa production et son interprétation. Selon Maingueneau (1996 : 22), « l'analyse du discours rapporte les énoncés à leurs contextes. On la définit même souvent par cette caractéristique. » Le contexte est tout ce qui est autour de l'élément principal (voir §1.10.3). Il peut être de nature linguistique (l'environnement verbal ou le contexte) ou de nature non-linguistique (la situation de la communication, le contexte socio-culturel), ce qui inclut tous les paramètres (l'identité et la nature de la relation

entre les locuteurs, leurs caractéristiques, le lieu, le temps etc.) qui sont nécessaires pour comprendre et évaluer un discours. Le contexte peut aussi changer lors d'une communication. Par exemple, une conversation peut commencer tendue, mais se terminer agréablement ou inversement. Selon Charaudeau et Maingueneau (2002 : 135), le contexte qu'il soit linguistique ou non-linguistique, peut être :

- *étroit* ou contexte immédiat (micro-contexte) – le cadre spatio-temporel, la situation sociale locale, les caractéristiques, le statut et les rôles des participants, etc.
- *large* ou contexte étendu (macro-contexte) – l'ensemble du contexte institutionnel, l'ensemble du monde physique, l'ensemble du monde social, etc. L'atmosphère qui entoure les interlocuteurs, peut affecter la communication. Par exemple, l'atmosphère dans certains offices ou dans des banques inspire confiance, ce qui produit un effet sur les clients.

Maingueneau (2014 : 125-131) distingue le contexte de production et la scène d'énonciation :

- *La scène englobante* – ou type de discours ;
- *La scène générique* – qui concerne les genres de discours ;
- *La scénographie* – ce qu'engendre le discours, permet « d'observer au plus près la manière dont tel discours est « mise en scène » tel qu'il s'offre au destinataire, comme espace interne à la construction énonciative » (v. aussi Garric et Calas, 2007 : 25).

Selon différents linguistes, le contexte peut être divisé en deux ou trois catégories ou même davantage (v. aussi § 1.10.3). Filliettaz (2006a : 77) établit deux points qui concernent la question du rapport entre le texte et le contexte :

« Aborder la question du contexte en linguistique du discours, c'est d'abord rendre compte des rapports dialectiques qui se tissent entre l'organisation des discours et le fonctionnement des situations d'action (...). Aborder la question du contexte en analyse du discours, c'est ensuite rendre compte des rapports dialectiques qui se tissent entre l'organisation des activités sociales et le fonctionnement des situations d'actions. »

La didactique des langues étrangères ne peut pas passer sans la linguistique de l'énonciation (Galisson, 1980 : 37). Pour pouvoir mieux comprendre un texte, il est important, à part le contexte, de prendre en considération aussi la situation d'énonciation.

« La notion de situation d'énonciation est au cœur de toute réflexion sur l'énonciation. Il s'agit d'un système de coordonnées abstraites, de points de repère par rapport auxquels doit se construire toute énonciation : en particulier, pas d'énoncé sans détermination personnelle et temporelle. » (Maingueneau, 2003 : 9)

Il ne faut d'ailleurs pas confondre la situation de communication et la situation d'énonciation. Le *Dictionnaire d'analyse du discours* (2002, 533-536) fait une distinction claire entre ces deux notions. La notion de *situation* est, d'une certaine façon, équivalente à celle de *contexte*. Elle peut se référer à la situation de la communication, à celle de discours, à celle d'énonciation, à la situation contextuelle ou au contexte situationnel.

La situation de communication se réfère à « l'environnement extralinguistique » dans lequel se trouvent les différentes données qui correspondent à différentes composantes. *La situation de discours* se réfère aux « données de savoir qui circulent interdiscursivement et qui surdéterminent les sujets de l'échange verbal ».

La situation d'énonciation se réfère « au processus même de mise en discours qui se caractérise par les marques langagières à valeur déictique, anaphorique ou illocutoire » (Ibidem, 536 ; v. aussi Moirand, 1979 : 9). Pour la définition de la situation d'énonciation il faut répondre aux questions concernant le texte telles que:

- de quoi s'agit-il/de quoi parle le texte?
- qui parle ou qui écrit (énonciateur)?
- où ?
- quand ?
- quoi (quel est le message), de quoi s'agit-il/de quoi parle-t-il?

- comment (le canal de la communication) ?
- à qui (récepteur) ?
- pourquoi, quelle est l'intention de l'énonciateur ?

Afin de définir les situations d'énonciation dans notre discours, nous allons envisager les questions ci-dessus :

- *De quoi s'agit-il/de quoi parle-t-il ?*
 - Le rapport du conseil de surveillance (A3 mich) ;
 - La procédure de contrôle interne et de gestion des risques (A5 axa) ;
 - URGENT : Fichier pour sac cal. (A6 c) ;
 - Le message du CEO (A2 ca) ;
 - Faire la proposition d'un produit (A9 ve) ;
 - La prise du rendez-vous (A1 rv) ;
 - La présentation à l'entretien d'embauche (A1 en).
- *Qui parle ou qui écrit (énonciateur)?*
 - Le directeur général, Francis Bérubé (Bic) ;
 - Le Président du Conseil d'administration (A2 bel) ;
 - Alice Steenland, Directeur Responsabilité d'Entreprise Groupe (A3 axa) ;
 - Pierre-André Térisse, directeur générale finance (A3 dan) ;
 - Président du Conseil de Surveillance, Éric Bourdais de Charbonnière (A3 mich) ;
 - Le président Directeur Général, Pierre-André de Chalendar (A2 sgl) ;
 - CEO du Crédit Agricole, Luc Versele (A2 ca) ;
 - Le directeur général des finances, Pierre-André Térisse (A2 dan) ;
 - Eric Suplin, chef de secteur de la société Aquaforté (A1 pro) ;
 - Olivier Jacob qui appelle de la part de M. Soret (A1 rv) ;
 - Christopher A. Viehbach, Directeur Général de Sanofi (A3 san) ;

Dans la majorité des documents de notre corpus l'énonciateur est un acteur lié à une entreprise ou à une institution. Il est très important d'analyser l'énonciateur pour pouvoir mieux comprendre son message, surtout dans une situation de la communication professionnelle (v. Baylon et Mignot, 2007 : 203). La situation de communication est

différente selon qu'il s'agit d'un directeur général qui parle des affaires de l'entreprise ou d'un ouvrier qui parle de la production. Amossy (2006 : 81), exerce l'image de l'orateur au niveau *prédiscursif* et au niveau *discursif* :

- *Le niveau prédiscursif* : le statut institutionnel, les fonctions, la position, la représentation collective ou le stéréotype⁹⁶ qui lui est attaché ;
- *Le niveau discursif* : les modèles inscrits dans le discours, l'image du locuteur dans le discours.

- *À qui* (destinataire) ?

- Aux consommateurs, mais aussi à tous ceux qui s'intéressent aux affaires de BIC ;
- Aux actionnaires de la Compagnie Générale des Etablissements Michelin (A2 mich) ;
- Pierre Coll et Jean Christophe Georghiou (Pricewaterhouse Coopers Audit) ; Jean-Paul Vellutini et Philippe Grandclerc du département de K.P.M.G.S.A (A5 at) ;
- À Madame Karima Moirdiche et à Monsieur Torne (A1 pro) ;
- Monsieur Caneau (A1 rv).

- *Où ?*

- À Clichy, le siège social de BIC ;
- À Verac (A2 bel) ;
- Paris, La Défense (A2 bel) ;
- À Neuilly-sur-Seine (A2 mich) ;
- Compagnie de Saint-Gobain à Courbevoie (A5 at) ;
- Boulevard Haussmann (A2 dan).

Il est important de souligner que le lieu où se produit le discours (le contexte institutionnel) peut influencer l'interprétation du message. Par exemple, les quartiers où se trouvent les entreprises, tels que la Défense ou le Boulevard Haussmann à Paris sont

⁹⁶ Pour plus d'informations sur le rôle des stéréotypes dans la communication interculturelle et dans le management interculturel, voir Bosche (1993 : 77-83).

les quartiers les plus renommés, ce qui en dit déjà beaucoup sur l'image (*étos*) de l'entreprise. Nous évoquerons d'avantage l'aspect sociolinguistique dans § 4.7.

- *Quand ?*

- Le 27 mars 2012 (A2 bel) ;
- Le 5 avril 2012 (A2 bel) ;
- Le 6 février 2012 (A2 mich) ;
- Le 21 mars 2012 (A5 at) ;
- Monday, December 23, 2013 5:09 PM (A6 c).

Les dates et les lieux permettent de situer le texte dans le contexte spatio-temporel. Les unités linguistiques qui font référence à la situation d'énonciation sont appelées les *déictiques* ou les *embrayeurs*. Ils sont interprétables seulement en fonction de la situation d'énonciation. L'analyse de l'énonciation d'un texte signifie également l'analyse des déictiques.

3.8. Déictiques et marqueurs

Les déictiques désignent « un des grands types de référence d'une expression, celle où le référent est identifié à travers l'énonciation même de cette expression » (Charaudeau et Maingueneau, 2002 : 158). Les déictiques peuvent se référer :

- au sujet – indice personnel ;
- au lieu et au temps – indice spatio-temporel ;
- au démonstratif – indices de la monstration.

3.8.1. Indices personnels

La première et la deuxième personnes des pronoms personnels et des adjectifs possessifs signalent la présence du locuteur et de l'interlocuteur. De cette façon ils marquent la situation d'énonciation. Les indices personnels peuvent être :

- la première personne : *je, nous, moi, ma, mon, mes, notre, nos...*

- la deuxième personne : *tu, vous, te, toi, tes, votre, vos...*

Benveniste (1966 : 228, 252, 253) étudie les déictiques personnels *moi/toi* ou *nous/vous* contrairement à la troisième personne *il/ils* et les déterminants, ainsi que les possessifs (*mon, ton, votre, etc.*). Il est possible de définir trois positions pour catégoriser les personnes : *énonciateur, co-énonciateur* et *non – personne*. Pour savoir à qui les déictiques se réfèrent, il faut savoir qui est l'énonciateur et qui est le co-énonciateur. Les pronoms personnels sont le premier point d'appui pour la subjectivité dans le langage.

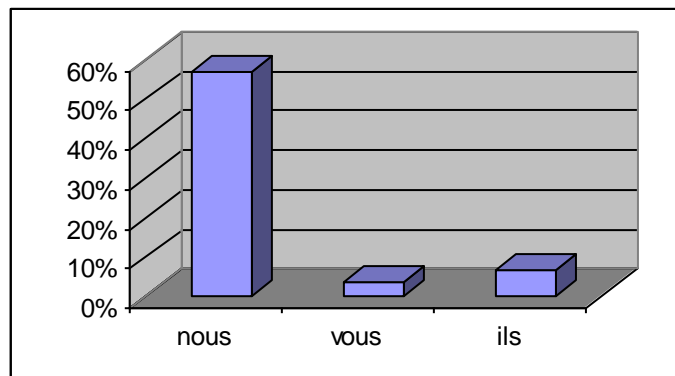
Les indices ou les marques le plus souvent utilisées dans le discours économique et commercial sont : *nous* (57 %), *vous* (3.6 %), *ils* (6.7 %) (voir le graphique 12). Il est possible de remarquer, selon le graphique que la première personne du pluriel *nous* est de loin le déictique le plus fréquent : *Nous nous sommes préoccupés..., nous vous présentons notre rapport..., nous avons effectué..., etc.* Avec les marques de la première personne du pluriel « nous », les entreprises veulent montrer qu'elles travaillent comme une équipe, qu'elles incluent, d'une certaine manière l'interlocuteur pour qu'il se sente comme un membre de l'équipe et qu'il partage le succès de l'entreprise.

(1) Tout ensemble, **nous** travaillons à créer une coopérative de services financiers à la hauteur de vos attentes. (A2 bel)

(2) ... **nous** voulons monter en puissance sur les métiers de la prévoyance et de la santé, comme **nous** voulons renforcer **notre** position de leader mondial sur le Direct. (A3 axa)

La relation de possession est aussi attachée à la première personne du pluriel et elle est exprimée par le déterminant possessif, comme dans les exemples : *notre nouveau plan, nous restons sur notre cœur de métier, etc.*

(3) **Nos** leaders, **nos** experts et **nos** managers approfondiront leur compréhension de **notre** stratégie... (A10 sch)



Graphique 12 : La fréquence des pronoms

- **Emploi du pronom impersonnel**

Le discours économique et commercial se caractérise aussi par une forte présence des constructions impersonnelles. Celles-ci ne se réfèrent à personne, elles attirent l'attention surtout sur le verbe et sur l'action.

(4) **Il existe** certains référentiels qui sont spécifiques aux PME, c'est le cas de MOF, qui est un référentiel ITIL de chez Microsoft (bonnes pratiques IT). **Qui dit** référentiels, dit dans biens des cas, des groupes d'utilisateurs donc d'associations d'utilisateurs, là aussi les associations permettent d'échanger, de faire évoluer les référentiels, **il s'agit** de sessions, de colloques, de salons, de conférences qui sont organisés entre membre de l'association, **on retrouve** des PME et aussi des grands groupes tout dépend du référentiel. (A4 nor)

(5) **Il est donc remarquable que**, dans ce contexte confus et peu encourageant, le Crédit Agricole le Groupe Crédit Agricole aient pu poursuivre leur politique à long terme et qu'en 2010 également, **on ait pu** continuer imperturbablement à développer une banque alternative dotée d'un projet d'avenir ambitieux, mais réaliste. (A2 ca)

(6) **Il est donc** fréquent que les personnes physiques se dispensent de souscrire cette assurance par pur souci d'économie. (A4 reg)

(7) **Il est justifié** du droit de participer aux assemblées générales des sociétés par l'enseignement comptable des titres... (A4 reg)

(8) **Il est à noter** que le plein effet de ces mesures ne sera sensible qu'à partir des prochains mois. (A2 sg)

(9) Avec un téléphone portable ou un ordinateur de bord, **on peut** choisir les meilleures options. (A3 Mich)

(10) Par « autorisation unique » **on entend** une autorisation impliquant différentes administrations douanières (c'est-à-dire les autorités douanières de différents États membres) qui couvre le placement sous le régime et/ou son apurement, le stockage, les opérations de perfectionnement, les opérations de transformation ou les utilisations successives. (A5 aut)

À part énonciateur, co-énonciateur et non-personne, la langue française connaît aussi un élément *on* (les exemples (4), (5), (9) et (10)). En quelque sorte, le pronom *on* efface les frontières entre 1^{er} 2^e et 3^e personnes (Maingueneau, 2003 : 18) :

- Il se réfère toujours à un être humain ;
- Il a toujours la fonction du sujet ;
- Il s'interprète, selon le contexte comme *nous*, *ils*, ou les hommes en général, etc.

3.8.2. Indices spatio-temporels

Les indices spatio-temporels s'utilisent pour la structuration du discours. Par ailleurs, dans le discours on peut observer un jeu de relations très subtil entre le temps et l'espace (Ašić et Stanojević, 2013 : 6). Les indices spatio-temporels sont les mots qui situent l'énoncé dans le temps et dans l'espace par rapport à l'énonciateur. Ils se réfèrent au moment ou au lieu de l'échange, c'est-à-dire ils ne prennent de sens que par rapport à la situation d'énonciation (Benveniste, 1966 : 262). Les indices spatio-temporels peuvent être :

- les démonstratifs : ce, cette, ces ceux-ci, cette année-là, etc.
- les adverbes et locutions adverbiale : ici, là, là-bas, en face de, à droite, demain, hier, l'année prochaine, etc.
- certains adjectifs : proche, absent, etc.

- Les indices de temps

Les plus fréquents indices de temps présents dans le discours économique et commercial sont : *aujourd'hui, maintenant, prochainement pendant, durant, depuis, pour, en, à partir de, jusqu'à, de ... à, quand, etc.*

(11) Mise en place d'une cargaison « manifeste électronique » harmonisée dans toute l'UE tenant compte d'un échange de l'information plus rapide dans les ports et fusionnant certaines des formalités, appliquées individuellement **aujourd'hui**, par exemple la preuve du statut des marchandises européennes. (A4 form)

(12) Enfin, 2 000 cadres et dirigeants ont eu recours au nouvel outil web AXA 360°, **maintenant** accessible à toutes les entités. (A2 axa)

(13) Les progrès de la science nous permettent d'envisager **prochainement** des traitements plus ciblés et plus efficaces et nous sommes prêts à relever ce défi. (A3 san)

(14) Sur six mois et en comparaison annuelle, le produit net bancaire s'élève à 374 millions d'euros, en retrait de -11, 6%* par rapport à l'année précédente. (A10 com sg)

(15) Seules les notifications de désignation ou de révocation de mandats dûment signées, complétées et réceptionnées **au plus tard trois jours avant la date** de tenue de l'assemblée générale pourront être prises en compte. (A10 av bel)

(16) **Cela** veut dire que nous voulons mettre nos ressources **là** où nous sommes capables de faire la différence, **là** où nous sommes capable d'avoir une position susceptible de contribuer au développement du Groupe. (A3 axa)

(17) ... selon le Code AFEP/MEDEF, des périodes précédant la publication des comptes doivent être fixées **pendant** lesquelles l'exercice des options n'est pas possibles (« périodes sensibles »). (A2 axa)

(18) Chaque administrateur doit être, **pendant** toute la durée de ses fonctions, propriétaire d'au moins une action. (A2 bel)

(19) Quant aux dommages futurs, pour être pris en charge dans le cadre de l'assurance de dommages, ils doivent être dénoncés **pendant** la période de garantie décennale et ils doivent également, **durant cette période**, porter atteinte à la solidarité de l'ouvrage ou à sa destination. (A4 reg)

(20) L'assemblée générale prenant acte de l'expiration du mandat de la Société ACEFI CL, Commissaire titulaire, décide de le renouveler **pour une nouvelle période de six exercices** venant à expiration à l'issue de l'assemblée tenue **en 2018** appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos **en 2017**. (A10 av bel)

(21) **Depuis le 29 avril 2010**, la structure de gouvernance duale d'AXA SA composée d'un Conseil de Surveillance et d'un Directoire a été remplacée par une organisation à Conseil d'Administration. (A5 axa)

(22) AXA se conforme aux recommandations du Code AFEP/MEDEF qui s'inscrivent dans la démarche de gouvernement d'entreprise initiée par la Société **depuis de nombreuses années**. (A2 axa)

(23) En outre, **à partir de 2012**, le suivi de la stratégie RE sera également inscrit dans les « Standards » AXA en matière de gouvernance des entités du Groupe. (A2 axa)

(24) Le Conseil comprend un administrateur indépendant, M Christian LOSIK, nommé par l'assemblée générale mixte **du 27 mai 2010 pour une durée de six ans**, soit **jusqu'à** l'assemblée générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 2015. (A2 bel)

(25) Chaque dirigeant mandataire social dispose **d'un délai de cinq ans** à compter du **1^{er} janvier 2007**, ou de la date de sa première nomination si elle est postérieure au **1^{er} janvier 2007**, pour se mettre en conformité avec cette obligation de détention minimale. (A2 axa)

(26) ... en ayant des « correspondants » interne pour les normes, les référentiels, les méthodes et les modèles, généralement c'est le directeur Qualité ou directeur Méthodes qui prend en charge cette activité **quand** le poste existe. (A4 reg)

• **Les plus fréquents indices de la monstration :**

(27) Dans son document « Pour une meilleur régulation » publié en mai 2006, l'AMF affichait déjà **cette** priorité. (A4 amf)

(28) Rappellerons rapidement à qui s'applique **cette** obligation d'assurance et ce qu'elle implique. (A4 reg)

(29) Pour preuve, 87% des participants à **cet** événement se sont déclarés plus fiers de travailler chez AXA. (A2 axa)

(30) **Ceux-ci** s'inscrivent en baisse de -6,0% au deuxième trimestre 2012 par rapport au T2-11, et de -3,5% en comparaison semestrielle par rapport au S1-11. (A10 com sg)

(31) Au-delà de **ces** initiatives, nous continuons de renforcer notre efficacité en simplifiant nos processus et nos interactions avec entités. (A3 axa)

3.9. Analyse lexicale

Le lexique est l'un des éléments les plus importants dans la compréhension du discours et donc il est nécessaire de montrer une plus grande l'attention à l'analyse lexicale et de déterminer les caractéristiques du lexique de ce genre de discours. Les apprenants accèdent d'abord au lexique pour comprendre le thème du texte. Les discours de spécialité se caractérisent par un lexique de spécialité et souvent des termes peu connus par les non-spécialistes du domaine concerné (Mangiante, 2002b). Par conséquent, une des erreurs des enseignants du FOS/FS pourrait être d'essayer de faciliter le lexique d'un texte en le vulgarisant.⁹⁷ Un texte vulgarisé sera plus facile du côté lexicale, mais ne le sera pas du côté morphosyntaxique. Dès lors, un texte non-vulgarisé pourrait paraître plus difficile pour la compréhension à l'enseignant, mais pas à



Graphique 13 : Présentation générale du texte

⁹⁷La vulgarisation du texte permet au lecteur non spécialiste de comprendre le texte d'un domaine de la connaissance spécialisée en évitant la terminologie et les expressions spécialisées (Escoubas Benveniste, 2010 ; Mirié, 2011). Le discours de vulgarisation se caractérise par utilisation des marques de reformulation pour éclaircir le sens du terme spécialisé (Beacco et Moirand, 1995).

l'apprenant qui est spécialiste du domaine concerné.

Tableau 12 : Les chiffres comptables consolidés en IFRS

Actif (en mio EUR)	31/12/2010	31/12/2009	Evolution	
Actifs interbancaires	149,0	179,5	-17,0%	
Portefeuille financier	2.762,9	2.423,6	14,0%	
Petr et créances (y compris contrats de location-financement)	7.404,4	6.854,2	8,0%	
Immobilisations	138,8	138,6	0,1%	
Actifs divers	301,4	249,0	21,0%	
Total de l'actif	10.756,4	9.845,0	9,3%	
Passif (en mio EUR)	31/12/2010	31/12/2009	Evolution	
Dépôts de la clientèle	8.113,5	7.418,3	9,4%	
Certificats subordonnés	307,5	230,8	33,2%	
Dettes interbancaires	1.155,8	1.143,5	1,1%	
Provisions	16,3	12,7	27,8%	
Autres passifs	457,8	407,7	12,3%	
Total du passif	10.050,9	9.218,1	9,1%	
Total des capitaux propres, y compris le capital coopératif	705,5	626,9	11,7%	
Total des passifs et capitaux propres	10.756,4	9.845,0	9,3%	

	31.12.10 (en mio EUR)	31.12.09 (en mio EUR)	Evolution (en mio EUR)	Evolution (en %)
Produits d'intérêts nets	206,1	199,6	6,5	3,2%
Autres produits nets	76,8	65,4	11,5	17,5%
Produit bancaire net	282,9	265,0	17,9	6,8%
Charges d'exploitation, dont	-191,6	-172,8	-18,8	10,9%
frais de personnel	-75,4	-70,7	-4,8	6,7%
commissions non-activées	-35,0	-33,0	-1,9	5,9%
autres frais d'exploitation	-74,2	-69,0	-11,3	17,9%
amortissements	-7,0	-6,1	-1,0	15,9%
Résultat brut d'exploitation	91,2	92,2	-1,0	-1,1%
Provisions	-3,4	-4,4	1,1	-23,8%
Dépreciations (impairments)	-26,1	-37,4	11,3	-30,2%
Résultat avant impôt	61,8	50,5	11,4	22,5%
Impôts	-16,6	-7,7	-8,9	115,0%
Résultat net	45,2	42,7	2,5	5,7%

Source : Rapport annuel 2010 de Crédit Agricole p.36 – 38

Les apprenants accèdent d'abord à lexique pour comprendre le thème du texte. Si par exemple, on donne un texte spécialisé dans le domaine de l'économie avec des tableaux, il pourrait paraître très difficile pour la compréhension à un non-spécialiste, mais à un apprenant du domaine de l'économie pourrait très bien comprendre la majorité des termes (voir le tableau 12). Si on regarde les graphiques 13, les spécialistes du domaine de l'économie reconnaîtront facilement qu'il s'agit d'une présentation des résultats de la Bourse.

3.9.1. Lexique appréciatif

Le discours économique et commercial se caractérise par un lexique appréciatif (les noms et les groupes nominaux, les adjectifs et les verbes). Le lexique appréciatif

s'utilise très souvent pour la manipulation ou pour l'argumentation, ce qui est illustré par les exemples suivants :

(32) **Notre ambition** est ainsi de **doubler de taille** en Asie – l'opération AXA Asia Pacific y participe – en Europe Centrale et de l'Est, au Moyen-Orient et en Amérique latine. Au-delà de la seule géographie, nous voulons **monter en puissance** sur métiers de la prévoyance et de la santé, comme nous voulons **renforcer** notre position de **leader mondial** sur le Direct. Encore nous faut-il **être efficace** pour faire de notre taille un véritable **avantage** concurrentiel. Nous avons déjà lancé un programme d'**amélioration** de notre compétitivité de 1,5 milliard d'euros d'ici à 2015. C'est **objectif ambitieux** qui appelle un effort constant des entités, des régions, des lignes de métiers globales et du Groupe. (A3 axa)

- **Noms et groupes nominaux :**

Les noms et groupes nominaux souvent présents sont : *rentabilité, confiance, croissance, forte croissance, sincérité, justification, vérification, réalisation, hausse, objectif, développement, progression, performance remarquable, moteur de croissance régulier et performant, augmentation, en très bonne position, la meilleure performance, un groupe de plus en plus solide, etc.*

(33) En dépit de **l'amélioration de rentabilité** en Amérique du Nord, la marge d'exploitation du Groupe recule, et s'établit à 6,7 % contre 8,2 % en 2011... (A2 sgl)

(34) Parmi nos **priorités stratégiques** figure la nécessité de **développer** une culture de **la confiance** et de **la réussite**. (A3 axa)

(35) C'est une **forte croissance** pour le Fonds AXA qui finance à hauteur de 76 millions d'euros des projets de recherche conduits par 300 chercheurs de 47 nationalités différentes dans 24 pays, Europe, mais aussi en Asie, en Amérique et en Afrique. (A2 axa)

(36) En **application** des dispositions de l'article L. 323-9 de Code de commerce relatives à la **justification** de nos appréciations... (A2 mich)

(37) L'EBITIDA est en hausse de 8% pour le trimestre et sur le semestre sous **l'effet des progressions** à deux chiffres de l'EBITIDA enregistrées au Moyen-

Orient & Afrique, en Amérique Latine, en Asie, et en Amérique du Nord. (A2 lafr)

(38) En France, Isover **continue** toutefois à **bénéficier** du renforcement des réglementations en matière d'**efficacité** énergétique dans l'Habitat (et notamment de la Réglementation Thématique 2012), et **réalise une croissance** interne de 5,4% sur l'année. La marge d'exploitation de l'Activité **s'améliore**, et **atteint** 8,3% du chiffre d'affaire contre 8,2 % en 2011. (A2 sgl)

(39) Le free-cash-flow a **continuée à croître fortement**, **atteignant** cette année 1,874 milliard d'euros, soit **une progression** de 9,4% par rapport à 2010. (A3 dan)

- **Verbes et groupes verbaux :**

Les verbes et les groupes verbaux les plus fréquents sont ceux qui désignent l'appréciation et qui entraînent une action : *apprécier, atteindre, attester, estimer, améliorer, continuer à croître fortement, pousser, encourager, permettre, obliger, entraîner, conduire, etc.*, ainsi que les verbes d'opinion évoquant aussi la certitude : *assurer, affirmer, certifier, confirmer, admettre, etc.*

(40) Les normes d'exercice professionnel requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à **apprécier la sincérité** des informations... (A2 bel)

(41) **Nous attestons** que le rapport du président du conseil d'administration comporte les autres informations requises à l'article L. 225-37 du Code de commerce. (A2 bel)

(42) **Nous estimons** que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion. **Nous certifions** que les comptes annuels; sont, au regard des règles et principes comptables français. (A2 mich)

(43) En tant qu'entreprise citoyenne, AXA **s'engage à jouer un rôle positif** au sein de la société. Nous nous efforçons de définir une culture qui encourage le bénévolat des collaborateurs et les donations afin de soutenir les communautés au sein desquelles nous oeuvrons. **Nous nous engageons** également sur le partage de **notre expertise professionnelle** en aidant à **optimiser** la perception des risques auxquels font face individus et société au sens large. (A3 axa)

(44) Les revenus stables couplés à la baisse des frais de gestion **permettent** aux Réseaux France de dégager un résultat brut (...) les Réseaux France **dégagent** un résultat brut ... (A10 com sg)

Cependant, il y a très peu de verbes d'opinion qui pourraient évoquer l'incertitude, tels que : *penser, croire, douter, prétendre*. La raison est évidente, aucune entreprise ne veut créer une image d'incertitude ou de méfiance.

3.9.2. Adverbes de fréquence et de manière

Concernant les adverbes de fréquence, le plus fréquent est *toujours*. Pour les adverbes *quelques fois, parfois, souvent* nous n'avons trouvé qu'un exemple, parce que ce sont des adverbes pouvant évoquer une incertitude ou un phénomène qui pourrait être perçue négativement.

(45) Dans un marché en décollecte de -4,7 milliards d'euros sur le semestre, le Groupe affiche **toujours** une collecte nette positive de 134 millions d'euros sur cette même période. (A10 com sg)

(46) Les revenus sont stables de +0,4 %* (+1,2 % en données courantes) par rapport au T2-11 à 251 millions d'euros, en raison d'un coût de refinancement **toujours** élevé. (A10 com sg)

(47) Nous tablons donc **toujours** sur une croissance moyenne de 10 % de notre résultat opérationnel par an. (A3 axa)

(48) Ces nouveaux à compter du 1^{er} janvier 2013 si bien que les taux de 20 %, 30 % et 40 % ne devraient **jamais** s'appliquer. (A4 fisc)

(49) À cet égard, elle mentionnait qu'elle adapterait ses exigences et ses processus au cas des plus petites sociétés, qui demandent **parfois** davantage d'accompagnement lors de leurs démarches, et peuvent être moins bien armées pour maîtriser le corpus des normes à respecter. (A4 amf)

(50) Pour atteindre cet objectif, les priorités suivantes ont été fixées: sensibilisation des populations GSE aux problématiques de Diversité & d'Inclusion (D&I), mise en place d'une gouvernance D&I, renforcement de la visibilité des femmes GSE afin de les inclure **plus souvent** dans les plans de

succession des CEO, et enfin définition d'un cadre de réflexion sur les horaires flexibles. (A2 axa)

Les adverbes de manière sont fortement présents, surtout ceux avec le suffixe « -ment » : *notamment, principalement, distinctement, concrètement, activement, exclusivement, raisonnablement, conformément, uniquement, également, conformément, fortement, principalement, globalement, conformément, etc.*

(51) La « Responsabilité d'Entreprise » constitue l'engagement des entreprises à contribuer à un développement économique durable et aux intérêts de la société, au sens large, en assumant la responsabilité des impacts directs et indirects de leurs activités sur les différents intervenants, **notamment** : clients, fournisseurs, collaborateurs, actionnaires, communautés et environnement. (A3 axa)

(52) Ces équipes d'audit locales se concentrent **principalement** sur l'identification des risques principaux auxquels sont confrontées leurs entités, ainsi que sur l'évaluation de la conception et du fonctionnement des contrôles. (A5 axa)

(53) ... des structures de gestion et des mécanismes de contrôle conçus pour permettre aux dirigeants du Groupe d'appréhender **distinctement** les principaux risques auxquels le Groupe est exposé, et de disposer les outils nécessaires à leur analyse ... (A5 axa)

(54) Depuis, les choses se sont compliquées : l'idée reprise à droite comme à gauche, et les questions se sont multipliées : comment, **concrètement**, rendre le plus efficace possible l'instrument ? (A4 fisc)

(55) ... concernant la tenue des registres qui reflètent **de façon exacte, honnête** et **raisonnablement** détaillée les transactions et l'utilisation des actifs du Groupe ; ... (A5 axa)

3.9.3. Affixation et nominalisation

Une des caractéristiques du discours économique et commercial est l'utilisation des affixes spécialisés. La combinaison des suffixes et des préfixes est un moyen

d'apparition des néologismes. La compréhension des préfixes et des racines des mots peut faciliter l'apprentissage du nouveau mot :

- Suffixe : pour les verbes (-iser, -ifier, etc.), pour la nominalisation (-age, -ation, -isme, -iste, -isation, -eur, -euse, etc.)
- Préfixe : ad-, de-, re-, en-, in-, pré-, etc. (voir le tableau 13).

(56) ... que ces dispositions d'**application** seront entrées en vigueur ... (A4 reg)

(57) ... une **proposition** de **modification** du règlement ... (A4 reg)

(58) ... la **déclaration** en douane effectuée sous la forme d'une **inscription** dans les écritures du déclarant. (A4 reg)

(59) ... l'**utilisation** de procédés informatiques de traitement des données et de systèmes électroniques ... (A4 reg)

(60) ... elles peuvent exiger le **stockage** des marchandises dans ce lieu ... (A4 reg)

(61) Un module d'**apprentissage** électronique à l'intention des fonctionnaires ... (A4 form)

(62) ... les possibilités en matière de **partage** des frais de **perception** ... (A4 form)

(63) ... les **opérateurs** économiques ... (A4 reg)

(64) ... il permettait de revisiter en **profondeur** la réglementation douanière ... (A4 reg)

(65) ... de façon **infructueuse** ... (A4 nor)

(66) Découvrez la synergie parfaite entre la brosse « corset » et la base **ultra-gainante** ... (A7 ofrp)

(67) ... les plus **prestigieuses** revues scientifiques internationales. (A2 axa)

(68) L'**organisme** de recherche d'Alcatel-Lucent, Bell Labs, est guidé par 3 principes : l'excellence technique, la créativité et l'innovation. (A3 alc vis)

(69) Ces QBRs constituent un **mécanisme** important de contrôle de la gestion ... (A5 axa)

(70) Dans un environnement **incertain**, ce signal fort montre le dynamisme des relations sociales ... (A2 axa)

Tableau 13 : Le tableau des préfixes

Préfixes	Sens	Exemples
ad-, ac-, af-, ag-, al-	L'action est en train de se réaliser	C'est essentiel pour accélérer dans les pays ; Affûtez votre vision stratégique ; Des fonds propres alloués
dé-, dés-	opération contraire	...sous l'effet des désinvestissementset suivis dès que des défaillances se font jour.
extra-, ultra -	Superlatif	L'assemblée générale extraordinaire la base ultra-gainante
in-, im -, ir-	Contraire	nos fondamentaux restent inchangés insuffisamment cherché a optimisé ce portefeuille incertain dans un environnement économique pour le moins incertain immobilier commercial le comportement irresponsable
mal-	Contraire	malheureusement , les bons élèves ont également été punis
pré-	Action avant	...les règles de consolidations prévues par les normes comptables...
re-	Action se refait	reconnaissant l'influence de notre activité sur la société

3.9.4. Utilisation des sigles et des abréviations

L'utilisation des sigles est très fréquente dans les langues de spécialité, puisque les sigles réduisent le syntagme complexe et facilitent la communication (Binon, 2006 : 271). Les francophones utilisent très souvent les sigles dans la communication professionnelle et dans la communication en général. Cependant, cela pose assez souvent un problème aux apprenants. L'ignorance des sigles peut conduire à de vrais problèmes pour les étrangers apprenant le français. Les sigles sont constitués de la première lettre de chaque mot, par exemple HT (hors taxes), PJ (pièce jointe), etc. Le sigle peut être fait également de plusieurs lettres de chaque mot, comme CODIR (comité de direction). Certains sigles, tels que PDG ou DRH, se sont si bien intégrés au vocabulaire courant que tout le monde les connaît. Si un sigle contient des voyelles et peut se prononcer syllabiquement, alors il s'agit d'acronymes, comme par exemple ONU, MICRUB ou BAT.

(71) 58% de la croissance des ventes et $\frac{3}{4}$ de l'augmentation du profit opérationnel sont assurés par les **MICRUB**, les six pays prioritaires de Danone.
(A3 dan)

MICRUB – Mexique, Indonésie, Chine, Russie, USA, Brésil – les six pays à très fort potentiel de croissance pour Danone.

(72) Nous avons bâti une organisation en **R&D** redynamisée, centrée sur les besoins des patients ... (A3 san)

(73) Le client vient de valider un nouveau **BAT**, celui en pièce jointe. (A6 c)

(74) ... dans le cadre d'un contrat de liquidité conforme à la charte de déontologie de l'**AFEI** reconnue par l'**AMF**. (A4 aut bel)

(75) Le **PDG** d'orange a rappelé son souhait d'assister dès 2015 à une consolidation du marché des opérateurs mobiles, qui passeraient de quatre à trois.
(www.bfmbusiness.bfmtv.com)

(76) ... mise en place d'une gouvernance **D&I**, renforcement de la visibilité des femmes **GSE** afin de les inclure plus souvent dans les de succession des **CEO** ...
(A2 axa)

(77) Le **ROE** du Groupe est calculé sur la base des fonds propres moyens, c'est-à-dire des capitaux propres moyens part du Groupe en **IFRS**, (...) depuis 2006, aux porteurs des **TSS** et **TSDI** reclassés ... (A10 not sg)

(78) ... un résultat brut d'exploitation de 760 millions d'euros en hausse de +3,2% (Hors **PEL CEL**). (A10 com sg)

(79) Si vous vendez des biens à une autre entreprise et que ces biens sont expédiés dans un autre pays de l'UE ne devez pas facturer la **TVA** ... (A4 fisc)

(80) Je te mets en **PJ** les échanges de mail de l'époque. (A6 c)

(81) Envoyez la marchandise sur **PEB**. Tatyana pourriez vous contrôler que **PEB** a bien la **cde** de **RC** ? (A6 c)

Les collègues entre eux utilisent très souvent les abréviations, principalement en raison du gain de temps :

(82) **Ok**, merci ! Et **tjs ok** pour l'aérien? (A6 c)

(83) Peux-tu voir avec le **frs** si il faut refaire le moule (ce qui paraît logique) ... ? (A6 c)

(84) Pour Y. D. : je vous laisse revoir pour que nous obtenions au + **vite** un retour. (A6 c)

3.9.5. Utilisation des anglicismes

La terminologie économique est constamment sous l'influence de l'anglais. Comme la langue anglaise a acquis le statut de *lingua franca* depuis longtemps, il est devenu la langue internationale de l'économie, des finances, du commerce et des affaires. Les économistes, les journalistes et les interprètes préfèrent utiliser le terme original en anglais, plutôt que d'investir dans l'effort de trouver l'équivalent en français. Le résultat est qu'un grand nombre d'anglicismes est utilisé dans le discours économique et commercial.

(85) **Le Free-cash-flow** a continué à croître fortement, atteignant cette année 1,874 milliard d'euros ... (A3 dan)

(86) Nouvelle forme de financement des TPE, des **startup** et des PME, le **crowdfunding** nécessite d'un aménagement de la réglementation nationale, mais il bénéficierait surtout d'un statut européen unique ... (A4 fisc)

(87) Le grand public redonna sa confiance aux banques et les établissements bancaires sérieusement secoués lors de la crise bancaire se remirent au « **business as usual** ». (A2 ca)

(88) Avec un objectif supérieur à 9,5 % pour le ratio *Common Equity Tier 1 fully loaded* de Crédit Agricole S.A. à fin 2015 ... (A3 ca)

Pour ces anglicismes existe des expressions françaises, telles que : *flux de trésorerie disponible, financement participatif, jeune pousse, ou affaires courantes*.

Les anglicismes dominent dans la terminologie économique suite à l'urgence de combler les lacunes lexicales. De nombreux experts en économie proviennent de, ou furent éduqués dans des pays anglo-saxons. Ces experts utilisent très souvent les anglicismes, qui sont devenus les constituants de la communication, en particulier dans le domaine du marketing et de la gestion.

C'est la raison pour laquelle, il existe des mécanismes de lutte contre cette influence (en France, les arrêtés du février 1993⁹⁸ relatifs à la terminologie économique et financière). La *délégation à la langue française et aux langues de France*⁹⁹ (DGLF) par la *Commission générale de terminologie et de néologie* et les *commissions spécialisées de terminologie et de néologie* ont pour mission de favoriser l'enrichissement de la langue française. Ils sont chargés de « repérer les nouveautés en matière de techniques, de produits, ou de notions qui nécessitent un travail de désignation ou de définition... ». Cette commission a publié une liste des termes, des expressions et des définitions. Par exemple, pour un nouveau terme du domaine économique ou financière qui est proposé par le Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, la commission de terminologie donne un index d'équivalence des termes français et des termes étrangers.

⁹⁸Plus d'information sur ces lois voir sur le lien :

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006081262> [18. 10. 2013.]

⁹⁹La Commission générale de terminologie et de néologie publie chaque année le rapport de nouveaux termes. Depuis 1972, les commissions spécialisées de terminologie et de néologie ont pour mission de formuler des recommandations pour l'usage de termes dans un domaine spécialisé. Par la loi du 4 août 1994 (loi Toubon), leur usage est obligatoire dans les contrats des personnes publiques. Plus d'information sur le lien :

http://www.minefi.gouv.fr/fonds_documentaire/reglementation/terminologie/termes.htm [18. 10. 2013.]

3.9.6. Terminologie économique et commerciale

La terminologie est un ensemble de termes spécialisés d'un domaine ou le vocabulaire des professionnels. Comme un champ de la recherche scientifique, la terminologie commence à se développer depuis les années 1930. Il s'agit d'une discipline linguistique assez polysémique qui fait un carrefour interdisciplinaire des sciences du langage, des sciences de la communication et des sciences cognitives. Pour M.T. Cabré (1998 : 147) l'utilisation de la terminologie est un des éléments qui fait la différence entre la langue commune et la langue de spécialité.

« De fait, la terminologie est l'aspect le plus frappant des textes spécialisés. Les communications spécialisées, en plus de contenir un certain nombre de mots de la langue commune, utilisent des termes propres au domaine traité. L'ensemble des termes d'un domaine, c'est-à-dire sa terminologie, reflète la structure conceptuelle du sujet et chacun des termes dénomme un concept du réseau structuré du domaine en question. »

La terminologie concerne la langue spécialisée, comme la lexicographie concerne la langue générale. Selon *Vocabulaire systématique de la terminologie*, la terminologie est un « ensemble des termes propres à un domaine, à un groupe de personnes ou à un individu ». Dans ce sens la terminologie est proche du vocabulaire. Cependant, la terminologie est aussi « l'étude systématique de la dénomination des notions appartenant à des domaines spécialisés de l'expérience humaine et considérées dans leur fonctionnement social » (Boutin-Quesnel et al., 1985 : 17). Un *terme* est « unité signifiante constituée d'un mot (terme simple) ou de plusieurs mots (terme complexe) et qui désigne une notion de façon univoque à l'intérieur d'un domaine. » (Ibidem, 1985 : 20). Cabré (1998 : 149) donne une définition semblable :

« L'ensemble des mots spécialisés d'une discipline donnée (ou d'un domaine d'activités) constitue, comme on sait, la terminologie de cette spécialité. Les termes, qui sont les unités de base de la terminologie, dénomment les concepts propres de chaque discipline spécialisée. D'un point de vue formel ou sémantique, les termes ne manifestent pas une grande différence par rapport aux mots. Les différences deviennent claires si on les examine du point de vue de la pragmatique et de la communication. »

Un terme peut avoir des significations différentes, selon le domaine d'application. Pour comprendre le terme, il est nécessaire de comprendre le domaine où il apparaît, mais aussi il faut connaître le domaine concerné.

Par exemple le terme *profilage* selon *FrancTerm* peut avoir plusieurs sens:

- Dans *le domaine mécanique* désigne une opération par laquelle une forme particulière à une pièce, une carrosserie ;
- Dans *le domaine économique* désigne la comparaison du profil de certains consommateurs avec le profil moyen, établie à des fins commerciales ;
- Dans *le domaine de la criminologie* désigne le profil psychologique d'un individu recherché.

La langue est un phénomène social qui évolue avec sa communauté. Comme tout organisme vivant, la langue est en constante évolution. Ainsi, les changements économiques et le progrès technologique imposent la création de nouveaux termes. Des mots apparaissent, prennent un nouveau sens, passent d'une langue à l'autre et disparaissent. Chaque année, de nouveaux mots - *les néologismes*¹⁰⁰ apparaissent dans les dictionnaires, comme par exemple le mot *flexisécurité*¹⁰¹ dans l'exemple suivant :

(89) Au programme, la **flexisécurité** pour donner plus de liberté aux entreprises tout en sécurisant d'avantage le parcours de l'employé. (*L'atlantico*, le 27 novembre 2014)

Il y a des termes qui sont entrés dans la langue française tels quels, et il y en a ceux qui existent parallèlement avec les termes français. Les recherches dans le domaine de la terminologie travaillent sur l'institutionnalisation des associations nationales et internationales, telles que le *Centre d'information - Infoterme* à Vienne et *ISO* à Genève

¹⁰⁰ *Le néologisme* est un processus de formation de nouvelles unités lexicales plus complexes (Pruvost et Sablayrolles, 2003 : 3). C'est le « terme de formation récente ou emprunté depuis peu à une autre langue ou encore désignation d'une notion nouvelle par un terme existant » (Boutin-Quesnel et al., 1985 : 23). Il existe des néologismes de forme (formés des éléments lexicaux, empruntés d'une autre langue ou créés de toutes pièces) et les néologismes de sens (formés en utilisant un terme déjà existant). Les néologismes ne sont pas des mots complètement inconnus. Ils peuvent être aussi des mots existants déjà, mais auxquels un nouveau sens s'ajoute ou des mots d'origine étrangère (*emprunts*).

¹⁰¹ *Flexisécurité* ou *flexicurité* (de flexibilité et sécurité) – mode d'organisation du marché du travail offrant plus de flexibilité aux entreprises et, en contrepartie, une plus grande sécurité de l'emploi aux salariés (<http://www.larousse.fr/>).

(Bugarski, 1996a : 76). Les politiques de nombreux pays et les organisations tentent d'établir des critères pour la création de nouveaux termes, afin d'uniformiser la terminologie pour une meilleure coopération entre les pays. L'influence et la domination de la terminologie anglo-saxonne sont incontestables à la terminologie économique française. La lexicométrie du corpus peut définir les termes économiques et commerciaux qui apparaissent le plus fréquemment.

3.9.7. Lexicométrie du corpus

La lexicométrie du corpus comprend l'identification des mots qui se répètent le plus souvent dans le texte et la détection des champs lexicaux dominants, ainsi que les relations qui existent entre eux. Le logiciel *Tropes* peut être très utile pour la lexicométrie du corpus. Avec ce logiciel il est possible de compter la fréquence des noms, des termes des adjectifs, des verbes, ainsi de les classer dans les catégories (v. Daunay, 2011).

L'univers de référence (1 et 2) regroupe les principaux mots et représente leur contexte :

- Univers de référence 1
 1. Finance (669)
 2. Temps (398)
 3. Entreprise (298)
 4. Commerce (277)
 5. Communication (238)

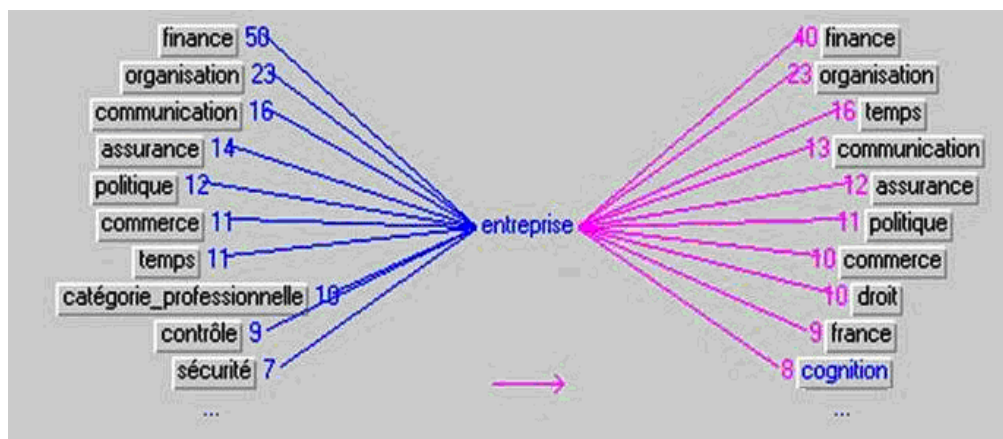


Image 3 : La quantité de relations entre les substantifs

- Univers de référence 2
 1. Entreprise (226)
 2. Travail (169)
 3. Mois (159)
 4. Moyen de paiement (132)
 5. Organisation (109)

- Verbes factifs 57.1 % (1759) : *passer, envoyer, mettre, progresser, continuer, confirmer, suivre, établir, intervenir, attendre, rendre, etc.*

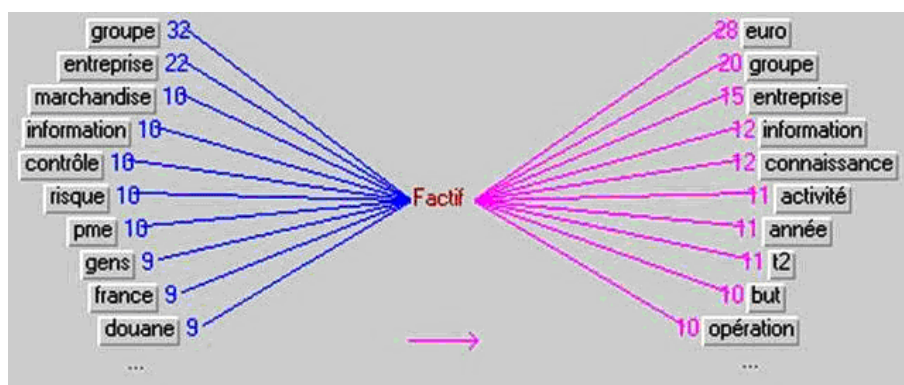


Image 4 : La quantité de relations entre les verbes

Les images 3, 4 et 5 représente l'environnement d'une Référence proportionnellement au nombre de mots qu'elle contient.

- Modalisation
 - Temps 17,4 % (246): *le cas échéant, avant, en temps utile, depuis, généralement, lors, actuellement, régulièrement, annuellement, chaque fois, au cours de, initialement, etc.*
 - Manière 16,0 % (226) : *en principe, ainsi, ensemble, forcément, notamment,*

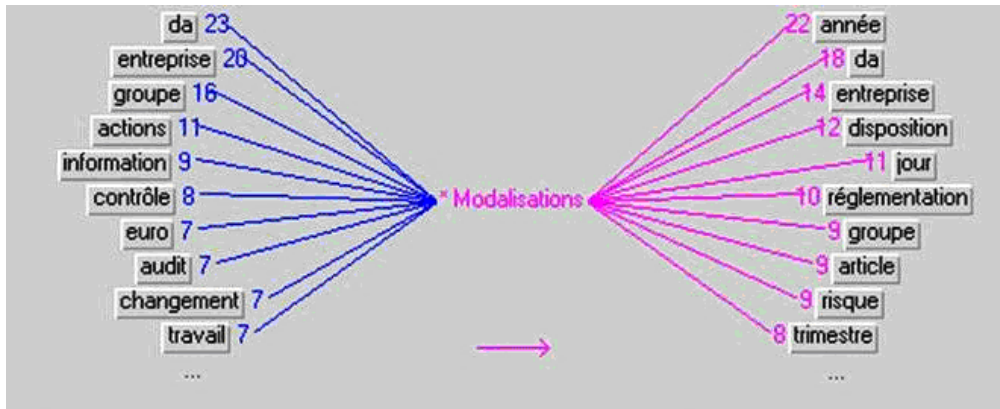


Image 5 : La quantité de relations entre les modalisateurs

grâce à, sérieusement, activement, suffisamment, principalement, etc.

- Adjectifs :
 1. financier (50)
 2. nouveau (35)
 3. économique (34)
 4. interne (34)
 5. suivant (27)
- Numérique 36,5 % (1113).

3.9.8. Présentation des chiffres

Dans la langue on utilise les nombres pour désigner « une idée de quantité » de quelque chose. V. Stanojević identifie la catégorie des noms de nombre dans la classe des déterminants du nom et dans la classe des déterminants dits indéfinis.

« Dans la vie courante il s'agit toujours d'un nombre de quelque chose. Il faut distinguer un nombre de quelque chose d'un nombre tout court, c'est-à-dire d'un

nombre mathématique (...) Le nombre dans le sens de « nombre de quelque chose » qu'on utilise dans la vie quotidienne provient d'une opération de quantification issue du besoin qu'ont les sociétés de gérer de la quantité, des systèmes de comptage, des systèmes métrologiques des unités de mesure. » (Stanojević, 2007 : 7)

Comme nous avons vu dans le chapitre précédent, la présence des adjectifs numériques est de 36,5 %. Les chiffres sont présents surtout dans les rapports financiers. On présentera dans le tableau 14 l'utilisation des nombres de l'exemple (91) :

Tableau 14 : Les nombres et leurs références de l'exemple (91).

Les nombres	Références
entre 10 et 15 milliards d'euros	les objectifs du programme de refinancement
au 23 juillet 2012	depuis de début de l'année jusqu'à cette date
14,2 milliards d'euros	le Groupe a levé de dette
le 1er janvier 2012	depuis cette date
6,7 ans	le temps nécessaire pour atteindre la maturité des dettes
environ 168 points	un coût moyen
6 mois	au-dessus du taux Euribor
en 2012	l'année
à 99 %	élever des actifs liquides
de 69 %	le ratio
au 30 juin 2011	la date du ratio

(90) L'autofinancement s'établit à **2 791 millions d'euros**, en recul de **18,4%** par rapport à 2011 ; avant impact fiscal des plus et moins-values de cessions et dépréciations d'actifs, il reflue **de 20,3%, à 2 668 millions d'euros**, contre **3 349 millions d'euros** en 2011. (A2 sgl)

(91) Les émissions de dettes à moyen et long terme ont permis au Groupe de remplir les objectifs de son programme de refinancement de l'année, compris **entre 10 et 15 milliards d'euros pour 2012. Au 23 juillet 2012**, le Groupe a

levé **14,2 milliards** d'euros de dette depuis le début de l'année. La maturité moyenne des dettes émises depuis le **1er janvier 2012** atteint **6,7 ans**, pour un coût moyen d'environ **168 points** de base au dessus du taux Euribor **6 mois**. Le Groupe a l'intention de continuer à émettre **en 2012**, selon les opportunités de marché. Les actifs liquides disponibles s'élèvent désormais à **99%** des dettes à court terme du Groupe ; ce ratio était **de 69 %** au **30 juin 2011**. (A10 com sg)

La classe des déterminants indéfinis (les cardinaux imprécis) comprend les expressions suivantes : *plusieurs, quelques, certains*, etc. Ces expressions ont la possibilité de former un SN (Stanojević, 2007 : 14). Pourtant, les expressions telles que : *la plupart, des, la moitié des, 69 %* sont incompatibles avec les indéfinis (*des plusieurs, deux, quelques*) (Stanojević, 2007 : 16).

(92) Lorsqu'il y a **plusieurs** débiteurs pour une même dette douanière, ils sont tenus au paiement de cette dette à titre solidaire (article 213 du CDC). (A4 reg)

(93) L'initiative mondiale « People In' » lancée en 2007, permet désormais à **quelque 62 000** collaborateurs de bénéficier du soutien de la plateforme « People Soft on Performance Management ». (A2 axa)

(94) Les représentants peuvent recevoir une autorisation pour la déclaration simplifiée ou la procédure de domiciliation dès lors qu'ils satisfont à **certaines** conditions et correspondent à **certaines** critères. (A4 form)

(95) Les résultats effectifs peuvent être très différents des déclarations prospectives en raison d'un certain nombre de risques et d'incertitudes, dont **la plupart** sont difficilement prévisibles et généralement en dehors du contrôle de Lafarge, et notamment les risques décrits dans le Document de Référence de Lafarge. (A5 av lafr)

(96) **Près de la moitié** de ce montant correspond à des investissements de croissance, consacrés presque intégralement à l'Asie et aux pays émergents. (A2 sgl)

(97) **Il représente 47 %** des fonds propres (capitaux propres de l'ensemble consolidé), contre 44 % au 31 décembre 2011. (A2 sgl)

3.9.9. Modalisateurs

Les modalisateurs désignent le degré de certitude. C'est la manière de voir si les idées sont vraies, douteuses ou fausses. Ils peuvent être faits d'adjectifs (sûr, clair, évident, etc.), d'adverbes (certainement, forcément, réellement, etc.) et de verbes (assurer, affirmer, certifier, admettre, etc.).

(98) Dans un monde toujours plus ouvert, le transport des biens ne cesse de croître, les personnes souhaitent se déplacer davantage, de façon plus **sûre**. (A3 mich)

(99) ... des structure de gouvernance au niveau du Groupe, conçues pour permettre une supervision et une gestion appropriée des activités d'AXA ainsi que pour assurer une **claire** réputation des rôles et des responsabilités au plus haut niveau hiérarchique. (A5 axa)

(100) Quant au versement qui sera fait, si l'assurance couvre les travaux de réparation, il est **évident** qu'elle couvre aussi le coût de la construction elle-même s'il s'agit du monde réparatoire nécessaire pour remédier aux dommages. (A4 nor)

(101) La responsabilité d'entreprise est un moyen de favoriser cette culture, mais a une condition : qu'elle s'inscrive **réellement** au cœur de notre métier ... (A3 axa)

(102) Ce règlement établit la base juridique du système électronique d'information et de communication devant prendre en charge les processus d'information et de communication entre autorités douanières concernées par les autorisations uniques et assurer l'information de la Commission. (A4 form)

(103) Ce processus formalisé requiert de chaque membre du Comité Exécutif, des Directeurs Financiers et de certains cadres dirigeants qu'**ils certifient** divers éléments présentés dans le Rapport Annuel de la Société. (A2 axa)

(104) **Il apparaît** désormais **que** le membre de nouveaux systèmes informatiques douaniers mis en place pour juin 2013, date butoir pour l'application du CDM, risque d'être très restreint ou même nul. (A4 reg)

(105) Dans un environnement économique et réglementaire **incertain**, fidèle à ses engagements, le Groupe est resté mobilisé au service de ses clients du financement de l'économie. (A10 com sg)

(106) Dans la plupart des autres cas, le délai sera **probablement** de 2 heures en cas de notification par voie électronique et de 4 heures en cas de notification par écrit, avant que les marchandises n'entrent sur territoire douanier de l'UE ou ne le quittent. (A4 reg)

(107) Un transfert des marchandises vers la localisation autorisée est alors **possible** ; par la suite une déclaration périodique complémentaire est alors requise. (A4 form)

Les adjectifs, les adverbes, les verbes et les expressions qui peuvent exprimer l'incertitude, généralement sont évités dans le discours économique et commercial pour ne pas évoquer la moindre incertitude (comme dans les exemples (104) à (107)). Même dans ces rares exemples, l'incertitude renvoie à des facteurs extérieurs à l'entreprise comme l'environnement économique ou à la réglementation.

3.10. Analyse sémantique

La sémantique est une branche de la linguistique qui étudie le sens des mots, des phrases et des énoncés. Contrairement à la syntaxe, qui étudie la structure et la forme, la sémantique traite la signification des mots, des groupes de mots et des phrases. C'est une interdiscipline qui a des points communs avec les autres disciplines, notamment avec la psychologie et la philosophie. La sémantique traite également de la signification et de la référence des mots composés, des conditions de la vérité d'un énoncé et de l'analyse du discours (Touratier, 2010 : 12, Niklas-Salminen, 1997 : 89 ; Moeschler et Auchlin, 2008 : 18). Kleiber (1990) définit trois aspects de la sémantique :

- La sémantique n'a aucun sens si elle n'est pas tournée vers la réalité. Les formes linguistiques doivent être en rapport avec les aspects pertinents des situations extralinguistiques ;
- La sémantique est ouverte au cognitif, en ce qu'elle s'ancre dans l'expérience humaine ;
- La sémantique est dans l'interprétation globale d'un énoncé en essayant de répondre à la question *jusqu'où faut-il étendre la polysémie et à quel niveau de généralité faut-il la traiter ?*

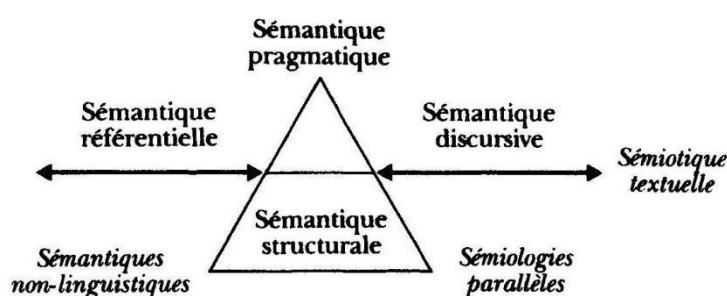
La sémantique a pour objet « l'étude du sens véhiculé par les différents types de formes signifiantes. Elle décrit la partie de notre compétence qui nous permet d'interpréter les énoncés, c'est-à-dire qui fait que nous les comprenons comme nous les comprenons » (Riegel et al., 2009 : 42). Par ailleurs, la sémantique générale étudie :

« ... des mécanismes et opérations concernant le sens, à travers le fonctionnement des langues naturelles. Elle tente d'explicitier les liens qui existent entre les comportements discursifs baignés dans un environnement toujours renouvelé, et les représentations mentales qui semblent être partagées par utilisateurs des langues naturelles. » (Pottier, 2011 : 11)

Il existe également d'autres types de sémantique. Pottier (1992 : 20,21) fait la distinction entre sept domaines de la sémantique (voir le schéma 9) :

- *La sémantique référentielle* – tient compte des relations entre le monde, le conceptuel et les systèmes de la langue ;
- *La sémantique structurale* – étudie le système et le sous-système dans lesquels entrent les différentes unités lexicales de la langue. Elle traite aussi de la structure sémantique interne, propre à chacune des unités lexicales ;
- *La sémantique discursive* décrit les mécanismes de passage de la langue au discours ;
- *La sémantique pragmatique* – traite des relations logiques entre le savoir et les souhaits des interlocuteurs, telles que la substitution, la présupposition ou l'implication ;

- *La sémantique textuelle* – traite des relations linguistiques et de la structuration du sens (l'école de Greimas) ;
- *La sémantique parallèle* – regroupe des systèmes sémiologiques parallèles au système linguistique, comme l'illustration visuelle ou d'autres systèmes (musique, parfums ou métaphores) ;
- *La sémantique non-linguistique* – créée pour elle-même, comme les mathématiques ou la logique.



Source : Pottier, 1992 : 20

Schéma 11 : Les domaines sémantiques selon Pottier

Pauly (2011) présente aussi un panorama des réflexions menées sur différents types de la sémantique :

- *La sémantique structurale* adopte une démarche onomasiologique plutôt que sémasiologique. Elle examine les relations sémantiques entre les unités de même champ (Pauly, 2011 : 51). Ses représentants sont : Hjelmslev, Pottier (1974), Greimas (1966), Rastier et autres ;
- *La sémantique cognitive* est née dans les années 1980 aux États-Unis. Elle met en relation le langage et la cognition en prenant en considération l'aspect de psychologisme. Ses représentants sont : Ronald W. Langacker, George Lakoff, Marc Johnson, etc. (Pauly, 2011 : 79) ;
- *La sémantique constructiviste* permet de dégager l'unité et la cohérence des formes polysémiques, et elle met à jour leur identité sémantique. Ce courant est représenté par Jacques Franckel, Denis Paillard et Sarah de Vogüé (Pauly, 2011 : 114) ;

- *La sémantique linguistique* ou *immanente* n'observe pas le monde, mais la langue, les textes et les énoncés. Elle reste dans les formes et elle considère le sens comme « provenant du seul matériau verbal » (Pauly, 2011 : 195).

Les théories de la sémantique lexicale s'utilisent largement dans la didactique des langues étrangères. La sémantique lexicale étudie l'organisation sémantique du vocabulaire, le sens des mots ou des morphèmes ainsi que les relations qui existent entre les mots. Dans le discours, elle se réfère sur le sens lexical, l'information fournie par le contexte et les connaissances non-linguistiques (Schwarze, 2001 : 1; Kristal, 1987 : 104 ; Choi-Jonin et Delhay, 1998 : 281-288 ; Robert, 2008 : 180). Moeschler et Auchlin (2008 : 37) distinguent deux tâches de la sémantique linguistique :

- 1) donner une représentation explicite de la signification des phrases (sémantique de la phrase) ;
- 2) donner une représentation explicite du sens ou de la signification des unités du lexique (la sémantique lexicale).

Les théories de la sémantique lexicale peuvent être aussi impliquées dans la didactique du FOS concernant les questions liées au sens des mots, la mémorisation du vocabulaire spécifique, mais aussi dans l'analyse sémantique du discours spécialisé (Živković, 2015). Pour l'analyse sémantique de notre corpus, nous allons traiter les questions liées au sens du mot telles que les relations inter-lexicales (hyperonymie et hyponymie, synonymie, antonymie, holonymie et méronymie), polysémie et les relations du mot et du contexte.

3.10.1. Relations inter-lexicales

Une relation lexicale est un modèle reconnu d'association qui existe entre les unités lexicales. Aucun lexème ne peut exister isolément, mais il doit faire la partie d'un système (Mortureux, 2008 : 91). Les principales catégories des relations sémantiques sont :

- 1) Les relations hiérarchiques ou la relation de subordination entre les termes (hyponymie/hyperonymie) ;
- 2) Les relations de ressemblance ou les relations d'équivalence (synonymes et quasi-synonymes) et d'opposition (antonymie) ;
- 3) Les relations de solidarité (holonymie (tout)/méronymie (partie)).

1) Les relations hiérarchiques

Une hiérarchie existe entre les catégories qui peuvent être qualifiées comme la relation entre *hyperonymie* et *hyponymie*, c'est-à-dire la relation de l'inclusion liant le mot d'une signification plus large (hyperonyme) et le mot avec la signification plus spécifique (hyponyme). C'est l'association d'un terme plus spécifique à un terme plus générique :

- Entreprise → entreprise de grande distribution → Carrefour, Association familiale Mulliez...
- Incoterms → incoterms des transports par mer → FAS, FOB, CFR, CIF
→ incoterms pour tous types de transports → EXW, FCA, CPT...

(108) **Les entreprises de la grande distribution** constituent en effet un parfait exemple de la complexité de la maîtrise de la sécurité sanitaire des aliments ... (A4 iso)

(109) De plus, **les Incoterms** sont aussi, indirectement, des outils d'optimisation des règles de la valeur en douane, contribuant au soutien de la performance économique des opérateurs du commerce international. (A5 inc)

Les mots qui se trouvent dans le même niveau hiérarchique sont des co-hyponymes et d'habitude ils sont incompatibles. Un terme hyperonyme peut toujours être remplacé par un hyponyme, mais l'inverse n'est pas possible. Un vocabulaire précis manifeste une grande économie de moyen : un mot hyponyme *entreprise de grande distribution* ou *incoterms CIF*, véhicule beaucoup d'information (Mortureux, 2008 : 96).

2) Les relations de ressemblance

a) Synonymie

Il faut faire la distinction entre les *synonymes absolus* et les *synonymes approximatifs* ou *partiels*. Rarement les deux synonymes peuvent être remplacés dans tous les contextes. En général, il n'y a pas de synonymes absolus dans la langue courante, mais des termes de sens proches. Les synonymes absolus ne se rencontrent que dans le cas du langage technique ou spécifique. Les mots polysémiques peuvent être les synonymes avec une de ses significations, mais ne pas avec toutes. Si les deux mots peuvent être employés exactement dans tous les contextes, l'un des deux a la tendance de disparaître ou de changer le sens. Le plus souvent il s'agit des synonymes approximatifs ou partiels qui commutent dans un ou plusieurs contextes déterminés (Mortureux, 2008 : 92 ; Touratier, 2010 : 98 ; Popović, 2009 : 143). Le choix des synonymes dépend des paramètres différents :

- *Différences dans le registre* – certains mots sont neutres, mais leurs synonymes appartiennent à la langue familière ou l'argot (*profession / travail / métier / boulot ; mourir / décéder / crever*, etc.). Aujourd'hui, l'argot a une fonction surtout de marquer l'appartenance à une communauté spécifique, mais il est possible aussi de l'entendre dans une conversation non formelle.

(110) Pour un petit **boulot**, baby-sitter ou professeur particulier, le site des petites annonces de la Gazette de Berlin dispose d'offres intéressantes pour arrondir les fins de mois. (A7 ofr)

(111) Ouff... **je suis crevé**, mais c'est vendredi et le week-end approche !!!
(www.bonnesimages.com)

- *Différences géographiques* ou dialectes différents (*quatre-vingt-dix / nonante ; dîner / souper, etc.*) :
(112) L'artiste déclare sur l'honneur ne pas avoir bénéficié, au cours de cette année, de ce régime des indemnités réduites pour un montant supérieur à 2.291,99 (deux mille deux cent **nonante** et un euros et **nonante** neuf centimes) euros ... (A5 con)
- *Euphémismes* – il existe des situations où la décence exige le remplacement des mots qui peuvent vexer les sentiments de quiconque. Les euphémismes s'utilisent pour afficher une variante plus douce (*demandeur d'emploi / chômeur ; rompre un contrat de travail / être licencié, réallocation de la main d'œuvre, etc.*).
(113) Le nombre de **demandeurs d'emploi** indemnisés a baissé de 1,5 % en juillet en métropole, mais reste en hausse de 1,8 % sur un an ... (*Le monde*, le 9 septembre 2014)
- *Synonymes relèvent de langues différentes* comme un mot étranger ou un mot intégré. Par exemple dans le domaine de l'économie, de gestion ou de la technologie informatique, il existe une large utilisation des anglicismes (voir § 3.9.6) : *e-mail / courriel, marketing / mercatique, Free-cash-flow / flux de trésorerie disponible, software / logiciel, etc.*
(114) Nouvelle forme de financement des TPE, des **startups** et des PME, le **crowdfunding** nécessite d'un aménagement de la réglementation nationale, mais il bénéficierait surtout d'un statut européen unique... (A4 fisc)

b) **Antonymie**

Les antonymes s'opposent sémantiquement, mais ils sont toujours en relation avec un domaine commun. On différencie les antonymes lexicaux et les antonymes morphologiques, formés à partir des préfixes : in- (im-, il-, ir-), dé (dés-), etc. (Mortureux, 2008 : 93 ; Touratier, 2010 : 113). Ils se différencient par la nature des relations

logico-sémantiques des termes opposés. Les différentes relations d'antonymie peuvent être :

- *Antonymes graduables* – représentent les points extrêmes (par ex. *excellents / nul*), entre lesquels il est possible de faire la gradation : *bon – moyen – passable – mauvais ; toujours – souvent – parfois – quelquefois – rarement – jamais ; hausse – stabilité – baisse*.

(115) La clause de réajustement est insérée dans le protocole d'accord et concerne la période comprise entre la négociation et l'acquisition définitive. Elle excède **rarement** 10% du prix négocié (**à la hausse** ou **à la baisse**) ... (A4 nor)

- *Antonymes par complémentarité* – *partir / rester, supérieur / inférieur, actif / passif, intérieur / extérieur, etc.*

(116) La typologie des risques couverts inclut les risques provenant des **actifs** investis, de nos **passifs** d'assurance, de non-adéquation **actif/passif**, ainsi que les risques opérationnels. (A5 axa)

- *Antonymes par réciprocité* – *action/réaction, donner/recevoir, prêter/emprunter, etc.*

(117) **Prêter** ou **emprunter** sans une banque de plus en plus facilement avec Internet ? (www.patrimoinorama.com)

De plus, il n'est pas possible de commenter les tendances du marché ou les fluctuations boursières sans utilisation des synonymes et antonymes : *actif, calme, haussier (à la hausse), baissier (à la baisse, stable (inchangé), s'effondre, recule (diminue), monte, s'envolent (flambent, montent en flèche, augmentent fortement), etc.*

c) Les relations de solidarité

La méronymie est un type de relations de solidarité qui unit deux termes, tels que le référent de l'un (méronyme) est une partie du référent de l'autre (holonyme). Le mot qui marque la partie est un méronyme et le mot qui marque l'ensemble - un holonyme. Le méronyme a la position de l'objet par rapport à holonyme (Mortureux, 2008 : 98 ;

Popović, 2009 : 123). Dans l'exemple (118), *actif* et *passif* sont des éléments (méronymes) du *bilan* (holonyme) :

(118) Entre les valeurs bilantielles comptables et les valeurs bilantielles fiscales (ces valeurs comptables représentent des **actifs** et des **passifs** figurant au **bilan** consolidé après retraitement et élimination propres au processus de consolidation). (A4 nor)

3.10.2. Polysémie et monosémie

Les mots monosémiques portent une grande quantité d'informations et le contexte n'a pas une grande importance. En principe, ce sont des mots qui appartiennent aux vocabulaires spécialisés (*marketing, comptabilité, fiscalité, etc.*) (Popović, 2009 : 127 ; Touratier, 2010 : 114). Par ailleurs, la polysémie représente la capacité d'un mot d'avoir plusieurs significations. Elle permet l'expression d'un grand nombre de notions avec un nombre limité d'éléments et elle concerne la totalité du vocabulaire d'une langue. Par exemple, si on prend le mot *bureau* dans les exemples (123), (124), et (125) ou le mot *fourchette* dans les exemples (119), (120), et (121), il est remarquable qu'ils aient des significations complètement différentes.

(119) L'équipe de **Fourchette** et Sac a dos se rend aux quatre coins du monde, à la découverte de paysages époustouflants et de cultures souvent méconnus. (www.france5.fr)

(120) Le nouveau maire Bill de Blasio vient de l'apprendre à ses dépens : à New York, on ne mange pas sa pizza avec **fourchette** et couteau. (*La presse.ca*, le 15 janvier 2014)

Il existe plusieurs formes de la polysémie (Popović, 2009 : 132-140), mais pour la didactique du FOS ou FS, les formes les plus importantes sont métaphore, métonymie et antiphrase :

- *Métaphore* est une comparaison implicite ou sans la conjonction. N'importe quelle similitude entre deux notions est suffisante pour l'établissement d'une liaison métaphorique : *le siège d'une entreprise, impasse budgétaire, fourchette*

de valeurs, branches de l'économie, le fruit du travail, une cascade de dépôts de bilan, etc.

(121) Le CMPC retenu par CRE se situe dans **la fourchette de valeurs** acceptables et tient compte de la nécessité de maintenir un cadre tarifaire stable et cohérent dans la durée pour les investisseurs. (*La délibération*, le 25 septembre 2013)

- *Métonymie* ne fonctionne pas à la base de la comparaison, mais à la base de la similitude des deux notions. Une notion est marquée par le nom d'une autre notion liée, par exemple *Bercy* → le ministère des Finances :

(122) **Bercy** décide de maintenir le taux de rémunération à 1 %. ([Les Echos.fr](http://LesEchos.fr), le 16 janvier 2015)

Ou bien, si on prend l'exemple du mot *bureau* → la couverture pour la table → une table → place de travail sur l'ordinateur, ex. (124) → une pièce → le lieu de travail, ex. (125) → une institution (*Bureau international du travail*) → les gestionnaires d'une organisation (*Le bureau politique d'un parti*, ex.(123)).

(123) Le **bureau** politique pourrait également commander un audit des finances du parti que beaucoup jugent « catastrophique ». (*Le Figaro*, le 10 juin 2014)

(124) J'ai mon écran plat Sonic pour pc de **bureau** qui met du temps à s'allumer environs 10 à 15 minutes. (forum.pcastuces.com)

(125) Trouvez un **bureau** de poste près de votre entreprise, à l'aide de notre outil en ligne. (www.canadapost.ca)

- *Antiphrase* est basée sur l'ironie et elle indique une signification complètement contraire, en général une signification positive au lieu d'une signification négative : « *Quelle belle affaire !* » Cette expression ne se trouve pas dans le corpus, mais il est possible que les apprenants l'entendent s'ils travaillent dans une entreprise française.

Par ailleurs, la polysémie permet la création de nouvelles significations sans changement des signes. Plus un mot est polysémique, plus il est fréquent dans la communication, c'est pourquoi la polysémie d'un mot peut causer le problème d'interprétation ambiguë. Le contexte a une place très importante pour la compréhension du sens. Certains mots peuvent avoir tout autre sens dans le contexte professionnel (voir le tableau 15). Pour que l'interlocuteur se rende compte de la signification d'un mot qui a plusieurs sens dans une situation linguistique, c'est le contexte qui détermine le choix de l'acception. Il est possible de ne pas comprendre ce que l'interlocuteur dit, si la détermination du mot à travers le contexte n'est pas complète. Cela conduit au malentendu (Baldinger, 1984 : 14 ; Rastier, 1987 : 73). Quelquefois seulement le contexte peut éclairer la signification, comme dans les exemples (126) – (129) du mot *marge* (voir aussi le tableau 16).

Tableau 15 : Le sens des termes selon le contexte

Clôture	barrière fermant un espace, enceinte de monastère, fait de terminer, de mettre fin, interruption temporaire, fin de séance boursière.
Fondation	action de fonder, action de créer quelque établissement, action de poser les fondements d'un bâtiment, attribution de fonds à une œuvre d'intérêt général création d'un établissement d'intérêt public.
Intérêt	ce qui est utile, ce qui convient, ce qui importe capital, part qu'une personne a dans une affaire somme due par débiteur au créancier en plus du capital prêté curiosité, bienveillance, à l'égard d'une personne, d'une chose ce qui charme, qui captive l'attention état de l'esprit qui prend part à ce qu'il trouve digne d'attention recherche d'avantages personnels

(126) Les métiers de Services Financiers Spécialisés et Assurances affichent des résultats satisfaisants, soutenus par la bonne tenue de leurs **marges** et la qualité de leurs fonds de commerce. (A10 com sg)

(127) ... l'activité de Services Financiers Spécialisés est globalement stable (...) reflétant notamment une politique d'octroi sélective de crédit et le maintien des **marges à la production**. (A10 com sg)

(128) La progression de **la marge d'intérêts** de +3,0% par rapport au T2-11 s'explique par un effet volume favorable en dépit d'une baisse des taux de

remplacement des dépôts et par une évolution favorable **de la marge sur crédits**.
(A10 com sg)

(129) Mais l'association ne fut pas insensible à l'évolution socio-économique qui laissait **en marge de la société** un nombre de plus en plus important de personnes. (<http://www.ecbpd.org/#!ecbpd/c18bc>)

Tableau 16 : La polysémie du mot *marge*

avoir de la en	marge	bénéficiaire brut d'autofinancement commercial de commercialisation d'utilité distribution de profit d'erreur de sécurité de tolérance d'isolement etc.
-------------------	--------------	---

À partir des exemples mentionnés, on peut remarquer que les mots *marge*, *fondation* ou *clôture* ont les significations complètement différentes dans les domaines du droit, de l'économie et du génie-civil. Cela peut sembler confus pour les étudiants et c'est pourquoi le professeur d'expliquer précisément la polysémie de certains termes techniques aux apprenants.

3.10.3. Champs sémantiques

L'apprentissage d'une langue étrangère comprend aussi l'apprentissage de la signification de base d'un mot et sa signification en relation avec d'autres mots dans le contexte. Il ne convient jamais d'apprendre des mots isolés, mais liés au contexte, ce qui les rend plus mémorables pour les apprenants. Il y a des indications que les apprenants regroupent de nombreuses notions autour du prototype sémantique. Les champs sémantiques se définissent comme « l'association d'un ensemble de terme du lexique (champ lexical) à une notion particulière (champ notionnel) » (Niklas-Salminen, 1997 : 40 ; Touratier, 2010 : 22 ; Neveu, 2011 : 76). Le signe du langage se compose de deux parties (signifiant et signifié) de sorte que l'organisation des mots dans les champs

lexicaux peut être observée par deux points de vue : la conception du parcours onomasiologique (des intentions de dire) ; et l'interprétation du parcours sémasiologique (sens permettant de comprendre) (Pottier, 1992 : 15).

Le champ sémasiologique part de la forme du mot d'un lexème ou d'un morphème (le signifiant) vers le signifié (le sens) pour rechercher toutes les collocations. L'approche sémasiologique explore toutes les possibilités de signification, c'est-à-dire la polysémie d'un mot. Les champs sémasiologiques comprennent aussi les champs étymologiques (tous les mots avec le même étymon) et les champs dérivationnels (le groupe des mots formés par l'ajout d'un affixe à la base d'un mot). Les liaisons entre ces mots sont avant tout formelles.

D'autre part, l'approche onomasiologique part du signifié au signifiant et ces groupes de mots possèdent une zone de signification commune. Donc, on part d'une notion et on examine comment elle se réalise par des mots différents. Les champs onomasiologiques comprennent aussi les champs associatifs (référentiels) et les champs génériques. Par exemple si on prend le terme générique (TG) *entreprise*, il est possible de ressortir les termes spécifiques (TS) et termes associatifs (TA).

- TG Entreprise
- TS Entreprise commerciale
- TS Entreprise de service
- TS Entreprise manufacturière
- TS PME
- TA Création d'emploi
- TA Démarrage d'entreprise
- TA Dénomination sociale
- TA Financement
- TA Numéro d'entreprise
- etc.

Tableau 17: Les champs associatifs

TPE, PME, SARL, société, établissement, bourse, filiale, ressources humaines, comptabilité, marketing, entrepôt, direction générale, accueil standard, ventes, achats, logistique, trésorier, production, chantier, secrétariat, atelier, recherche et développement...		Créer, fonder, monter, mettre sur pieds, s'établir dans/à, produire, offrir, exporter/importer, investir, développer, grandir, croître, acquérir, céder, assurer, défendre, fusionner, suivre, déposer le bilan, redresser, restructurer, mettre en liquidation, disparaître, fermer, embaucher, licencier, démissionner, quitter, gérer, diriger...
	Entreprise	
Risque, compétence, besoins, innovation, outil, marge, affaire, bilan, responsabilité, exercice, offre, investissement, capital, coût, finance, croissance, rentabilité, travail, régulation, loi, sécurité, fiscalité, consommation, valeur, analyse, capacité...		Salarié, employé, actionnaire, directeur, gestionnaire, fournisseur, commerciaux, fabricant, exportateur, vendeur, gérant, collectif, chômeur, concurrence, monopoliste, qualifié, bénéficiaire, acteur, recruté, cadre...

Certains mots sont liés par différentes associations à une même notion et appartiennent aux *champs associatifs*. Par exemple, si on prend le même terme *entreprise*, il est possible de le lier avec d'autres champs associatifs : 1) les parties et les types de l'entreprise, 2) les verbes très souvent employées avec le mot entreprise, 3) les mots très souvent liés à l'entreprise et 4) personnes, sujets, etc. (voir le tableau 17).

3.11. Analyse de la syntaxe et des verbes

L'objectif de l'analyse de la syntaxe et des verbes est l'identification des types de phrases, leur construction et leur enchaînement, ainsi que les modes et temps verbaux. Dans ce genre de discours, il ne s'agit pas de l'utilisation d'une syntaxe spéciale, mais d'une fréquence plus élevée de certaines formes syntaxiques. Selon Lerat (1995 : 29) les langues spécialisées ont :

« ... une syntaxe qui est tout à fait celles des langues de référence, mais avec des préférences en matière d'énonciation (comme fameux style impersonnel des sciences) et des phraséologies professionnelles (comme les formules stéréotypées des administrations).

Le discours commercial est très souvent porté par des phrases complexes, longues avec de nombreuses subordonnées. Par la suite nous allons en indiquer les principales caractéristiques :

- **La présence de la juxtaposition**

La juxtaposition permet la rapidité et l'efficacité. Elle peut être marquée par les signes « : », « ; », «.», comme dans les exemples (130), (131) et (132).

(130) Les marchandises doivent (conformément à l'article 49 du code) recevoir une destination douanière dans les délais suivants :

45 jours à compter de la date du dépôt de la déclaration sommaire en ce qui concerne les marchandises acheminées par voie maritime ;

20 jours à compter de la date du dépôt de la déclaration sommaire en ce qui concerne les marchandises acheminées par une voie autre que maritime. (A4 reg)

(131) Les marchandises sont habituellement placées dans un magasin agréé de dépôt temporaire (article 185 des dispositions d'application du code – DAC) géré soit par l'importateur, soit par une personne exploitant ce magasin ; il peut être exigé de la personne qui détient les marchandises qu'elle constitue une garantie afin d'assurer le paiement de toute dette douanière susceptible de naître (article 51, paragraphe 2, en liaison avec article 189 du code des douanes). (A4 reg)

(132) Etant subrogé dans les droits de son assuré, l'assureur dispose des mêmes droits que son assuré à l'égard des tiers : le fondement de son action est le même que celui qu'aurait pu ou dû utiliser l'assuré ; il bénéficie également d'une action directe contre l'assureur du tiers responsable ; et l'action est limitée par la part de responsabilité du tiers responsable. (A4 nor)

Par contre, les phrases utilisées dans le discours oral, pour réaliser des ventes ou prendre un rendez-vous, sont en principe courtes, parce qu'elles mettent en valeur l'essentiel. Le discours oral est marqué aussi par beaucoup de phrases interrogatives et exclamatives (voir les exemples (133) à (146)).

(133) Pourriez-vous me passer le responsable des achats fourniture s'il vous plait ? (A1 pro)

- (134) Oui, c'est à quel sujet ? (A1 pro)
- (135) Aquaforte est spécialiste des fontaines à eau, actuellement est-ce que votre agence met de l'eau à disposition de ses salariés ? (A1 pro)
- (136) Oui, nous avons des bouteilles en libre service. (A1 pro)
- (137) D'accord. Et qui est le responsable des achats ? (A1 pro)
- (138) Est-ce que vous serez disponible la semaine prochaine? (A1 rv)
- (139) Écoutez parfait, donc, on dit mardi à midi ? (A1 rv)
- (140) Oui, mais ça ne fait pas trop de bruit votre machine ! (A1 pro)
- (141) C'est entendu ! (A1 pro)
- (142) Je vous remercie ! Au revoir Madame ! (A1 pro)

L'interrogation est aussi très fréquente dans le discours argumentatif. C'est une manière de faire penser l'interlocuteur et de plus facilement introduire ensuite les arguments. Les questions (143), (144), et (145) sont même écrites en majuscules, ce qui est une des moyens de mettre l'accent sur un thème.

- (143) COMMENT INTÉGRER CETTE RESPONSABILITÉ D'ENTREPRISE DANS LE FONCTIONNEMENT QUOTIDIEN DU GROUPE ? (A3 axa)
- (144) DE QUELLE MANIÈRE FAVORISEZ-VOUS L'ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS ? (A3 axa)
- (145) LES ANALYSTES « EXTRA-FINANCIERS » RECONNAISSENT-ILS CES EFFORTS ? (A3 axa)
- (146) Quelles sont les conséquences si les délais fixés pour le dépôt temporaire sont dépassés ? (A4 reg)

• Les temps dominants

Pour le traitement des informations encadrées par des temps verbaux il faut prendre en compte des paramètres temporel, aspectuel et discursif (Stanojević et Ašić, 2009). Les temps dominants du discours sont le présent d'énonciation et le passé composé. Ces temps présentent des valeurs de vérité générale et d'actualité qui sont très importants dans le domaine de l'économie. C'est la raison pour laquelle le passé simple, qui indique les événements qui sont complètement coupés de moment de la parole, n'est pratiquement jamais utilisé (v. Stanojević, 2009 ; Stanojević et Ašić, 2008). Ce genre de discours est marqué également par la fréquence des verbes modaux, surtout *devoir*, *pouvoir* et *vouloir* :

(147) Cela **veut** dire que nous voulons mettre nos ressources ... (A3 axa)

(148) Il nous **faut** aussi activement développer le direct. (A3 axa)

(149) Nous **devons** nous tourner vers l'extérieur pour rechercher des partenaires... (A3 san)

(150) Nous nous **efforçons** de définir une culture qui encourage le bénévolat des collaborateurs ... (A3 axa)

(151) L'acquisition, la cession ou le transfert par la Société de ces actions **peut** être effectué par tous moyens ... (A4 aut bel)

(152) ... le Président du Conseil d'administration **a pu** s'entretenir, à sa convenance, avec les dirigeants de la Société ... (A5 axa)

(153) Les activités pérennes de la Banque de Financement et d'Investissement **voient** leurs revenus se contracter de -28.0% ... (A10 com sg)

(154) Les équipes Société Générale **proposent** conseils et services aux particuliers, aux entreprises et aux institutionnels ... (A10 not sg)

Le conditionnel présent et le conditionnel passé sont aussi largement présents. Le conditionnel présent exprime le souhait, le désir, le conseil ou la suggestion :

(155) Les Conseils d'administration des Caisses coopératives **devraient** proposer lors des Assemblées Générales respectives de distribuer pour 2010 également un dividende net de 5,0 % ... (A2 ca)

Le conditionnel passé exprime l'irréalité ou la supposition, mais il se trouve très rarement dans ce genre de discours :

(156) Ces bons résultats **n'auraient pas pu être obtenus** sans l'engagement de nos près de 2000 collaborateurs. (A2 ca)

Dans l'exemple (156) les collaborateurs sont mis en premier plan, parce que *si les collaborateurs ne s'étaient pas engagés, les bons résultats **auraient été** incertains*. Le conditionnel passé peut exprimer aussi le regret :

(157) ... traitement l'information comptable et financière que **nous aurions relevée** dans le cadre de notre mission font l'objet d'une information appropriée dans le rapport du président. (A2 bel)

• Le participe présent et le gérondif

Dans la langue administrative le participe présent et le gérondif sont très fréquents, surtout les formes suivantes: *rendant, donnant, concernant, provenant, en s'assurant*, etc.:

(158) **Concernant** les informations relatives au prélèvement statutaire ... (A2 mich)

(159) ... votre Société auprès des sociétés **contrôlant** votre Société ou contrôlées par elle. (A2 mich)

Le participe présent peut être remplacé par la relative *qui*. Les exemples (158) et (159) peuvent être transformés de la manière suivante :

Les informations relatives au prélèvement statutaire **qui concerne**... ou
...votre Société auprès des sociétés **qui contrôle** votre Société...

La forme composée de l'exemple (160) indique l'antériorité, mais elle est très rarement présente dans ce genre de discours.

(160) ... nous avons vérifié leur concordance avec les comptes ou avec les données **ayant servi** à l'établissement des ces comptes et, le cas échéant, avec les éléments recueillis par votre Société ... (A2 mich)

Le participe présent peut avoir aussi une valeur de cause :

(161) ... ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences **permettant** d'obtenir l'assurance raisonnable ... (A2 mich)

(162) Il appartient au président d'établir (...) un rapport **rendant** compte des procédures de contrôle et de gestion des risques mises en place au sein de la société et **donnant** les autres informations requises par l'article L.225-37 ... (A2 bel)

Le participe présent ayant une valeur de cause peut être remplacé par le connecteur « **grâce à** ». Les exemples (161) et (162) peuvent être transformés à la manière suivante :

Grâce à ces normes ... il a obtenu l'assurance raisonnable.

Grâce à la gestion des risques... les autres informations requises sont données.

- **La forme passive**

Une forte présence de la forme passive est remarquable. C'est une caractéristique du discours dépersonnalisé. Le passif est une transformation qui met en valeur le sujet en tête de phrase :

(163) Cependant l'insécurité a perduré, ce qui **s'est traduit** par un climat boursier hésitant. (A2 ca)

(164) En même temps, les investissements nécessaires **ont été effectués** afin de préparer le Groupe à un environnement bancaire ... (A2 ca)

(165) En exécution de la mission qui nous **a été confiée** par votre Assemblée générale, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 11 décembre 2011. (A2 mich)

(166) En application de la loi, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives à l'identité des détenteurs du capital vous ont **été communiquées** dans le rapport de gestion. (A2 mich)

(167) L'épargne placement (Caisse et composante) **s'est accrue** de 2 541 000 \$ pour s'établir à 79 731 000 \$... (A2 bel)

(168) Cette performance **a été permise** par la forte progression du chiffre d'affaires, par les efforts continus d'économie de coûts, et par la politique de hausses de prix sélectives ... (A3 dan)

(169)... c'est une récupération de 26 613 \$ qui **a été réalisée** en cours d'année.
(A2 bel)

- **La forme de comparative et de superlative**

Ce genre de discours se caractérise aussi par des formes de comparatifs et de superlatifs :

(170) AXA est sans doute la compagnie qui dispose du **plus important** portefeuille en assurance vie avec 40 millions de clients. (A3 axa)

(171) En dommages, le direct est l'activité qui croît **le plus vite**, nos clients étant **de plus en plus nombreux** à souscrire par Internet leur assurance auto. Nous sommes aujourd'hui l'un des acteurs **majeurs** sur ce marché... (A3 axa)

(172) L'enjeu : une mobilité routière **plus sobre, plus propre, plus sure** et capable de trier pleinement parti des technologies de l'information (TIC). (A3 mich)

- **Le dialogisme et la polyphonie**

On peut remarquer dans le discours les différents segments prononcés par des locuteurs différents, dans différentes situations et différents lieux. Le dialogisme et la polyphonie peuvent s'exprimer avec des verbes (*admettre, expliquer, informer, suggérer, fustiger, juger, accuser, pester, dénoncer, etc.*) ou des substantifs (*déclaration, étude, phrase, émission, interview, etc.*) (Moirand, 2007 : 87).

(173) Cette progression **s'explique** en partie par la performance remarquable de la diversion Faux, avec + 15,7 % de croissance sur l'année. (A3 dan)

(174) Attention : devant les juridictions administratives, **la déclaration** de sinistre n'est pas une condition préalable à toute saisine tendant à faire **juger** le contentieux opposant une personne morale de droit public et l'assureur de dommages. (A4 nor)

(175) Si le Comité Exécutif est un comité de gestion interne sans pouvoir décisionnel, il joue néanmoins un rôle majeur en assistant la Direction Générale dans la gestion des activités opérationnelles du Groupe, **l'étude** d'initiatives stratégiques ou **tout autre sujet** que la Direction Générale **juge** utile. (A5 axa)

(176) La Commission s'est engagée, dans **une déclaration** au Parlement Européen, au moment de l'adoption du règlement, à ce que les opérateurs du secteur concerné soient étroitement associés à la procédure décisionnelle dans le cadre de la comitologie. (A5 dec)

3.12. Analyse argumentative

L'argumentation est la base de la communication professionnelle et l'argument est un élément essentiel du discours professionnel. Pour Mourlhon-Dallies (2014 : 11), l'argumentation constitue « un espace de réflexion au carrefour de la pragmatique et de l'analyse des discours à la française ». L'argumentation peut se définir comme « l'expression d'un point de vue » et comme « mode spécifique d'organisation d'une constellation d'énoncés » (Charaudeau et Maingueneau, 2002 : 67). Pour Plantin (1996 : 19), l'argumentation « est un moyen d'intégrer la dissidence par l'élimination rationnelle d'une des opinions en conflit ». Plantin (2005 : 62) définit aussi l'argumentation comme « le type d'activité langagière développé dans une situation argumentative ».

L'objectif de l'argumentation est de soutenir un point de vue ou une opinion concernant une problématique. Elle sert à défendre une thèse sur un sujet ou une question, à convaincre ou persuader l'adversaire par la modification de son opinion ou à l'inciter à agir. L'argumentation se lie à l'étude des différents contextes de la communication : relations commerciales, interactions socio-économiques, communication politique, discours des médias, etc. Comme Wolton (1995 : 11) constate :

« Il est pourtant difficile de penser la communication, sans l'aide de l'argumentation qui structure tout échange. Il est difficile de penser que les changements massifs qui ont affecté la communication n'ont pas d'impacts sur les conditions et les modalités de l'argumentation! En réalité, il n'y a pas de communication intersubjective sans argumentation. On peut le dire autrement : sans argumentation, il n'y a pas de communication. »

La communication persuasive, selon Canu (1992 : 20) dépend des trois facteurs :

- 1) *qualité de la transmission* - le canal d'emploi du code, en particulier dans le domaine de l'argumentation et de la rhétorique ;
- 2) *qualité de l'interprétation du message* - l'image et la connaissance du destinataire ;
- 3) *feedback* - en fonction de ces deux facteurs.

L'efficacité argumentative dépend de l'utilisation des mots-arguments. Selon le *Dictionnaire d'analyse du discours*, l'argument s'utilise dans trois domaines : *en logique, en littérature et en rhétorique argumentative* (v. aussi Ducrot, 2004 ; Plantin, 1996 : 8-9). Dans notre cas, nous ne nous intéressons qu'à la rhétorique argumentative, qui distingue trois types d'arguments :

- *éthique* (éthos) – lié à la personne du locuteur, à l'image qu'il donne de lui, à sa position, son autorité (Plantin, 2005 : 92-96 ; Tabet, 2003 : 18) ;
- *pathétique* (pathos) – il ne s'exprime pas par un énoncé, mais d'ordre émotionnel, affectif, il agit d'une manière non-verbale. Le locuteur fait appel aux passions de son auditeur (Plantin, 2005 : 98 -100 ; Tabet, 2003 : 19) ;
- *logique* (logos) – la capacité d'appréhension rationnelle du monde, il « exprime une raison avancée pour accréditer une proposition controversée, ayant le statut de conclusion » (Charaudeau et Maingueneau, 2002 : 65). Le locuteur cherche à susciter l'adhésion par un raisonnement fondé sur les prémisses (Tabet, 2003 : 19-21).

Les arguments sont les éléments de preuve et de force inégale (Oléron, 1996 : 109). Ils se présentent dans le cadre d'un raisonnement (inductif, déductif, syllogisme, critique, concessif, dialectique, par analogie, par transitivity, par réciprocité, par absurde, etc.) sous la forme de plan et de la progression argumentative. Il existe plusieurs types d'arguments, tels que les arguments d'autorité (la référence à un expert, une autorité scientifique ou politique reconnue), les rapports de cause à effet, l'analogie, la généralisation, les arguments de « palier », l'alternative, la prise à témoins, l'argument *ad hominem*, l'ironie, etc. Par ailleurs, *argumenter*, signifie soutenir, réfuter ou discuter d'une opinion. D'après Grize (1990 : 41), *argumenter*, c'est :

« Fournir des arguments, donc des raisons, à l'appui ou l'encontre d'une thèse. Ainsi argumenter renvoie à justifier, expliquer, étayer. [...] Mais, il est aussi possible de concevoir l'argumentation d'un point de vue plus large et de l'entendre comme une démarche qui vise à intervenir sur l'opinion l'attitude, voire le comportement de quelqu'un. »

Argumenter, c'est aussi chercher à convaincre en s'appuyant sur la raison et l'esprit critique de l'adversaire pour l'obtention de son accord. Cependant, il ne faut pas confondre les trois modes argumentatifs : *convaincre*, *délibérer* et *persuader* (voir le tableau 18).

Tableau 18 : Trois modes argumentatifs : *convaincre*, *persuader* ou *délibérer*

Modes argumentatifs	Objectifs	Moyens
Convaincre	Démontrer une vérité ou une fausseté.	Les arguments rationnels et logiques, démarche intellectuelle, recours au savoir, présentations des faits, des exemples, appel à l'esprit critique, à l'expérience et aux raisonnements.
Persuader	Séduire, charmer, flatter ou ridiculiser l'interlocuteur. Obtenir une adhésion affective.	Indirectes, irrationnels, difficile à démasquer, jouer sur des valeurs culturelles. Agir sur les sentiments, les émotions (compassion, pitié ou colère, indignation).
Délibérer	Peser les arguments pour et contre, examiner les différents points de vue ou différents aspects d'une question.	La confrontation des objections avant de construire l'opinion ou choisir la solution.

Délibérer, c'est débattre en examinant les différents aspects d'une question pour choisir une solution ou prendre la décision. La délibération est essentielle au débat lors d'une réunion.

Persuader fait appel aux sentiments ou aux émotions de l'adversaire. Pour cela, l'émetteur doit comprendre le système des valeurs de celui à qu'il s'adresse en

s'appuyant sur les principes universel, valeurs admises par un groupe social ou références culturelles. La persuasion à tout prix est la *manipulation*. Les instruments linguistiques de la persuasion peuvent être très différents (voir les exemples (177) – (189)) :

- l'intertextualité - ensemble des relations d'un texte avec les autres textes (citations, allusions, références, etc.), connotations, détournements, etc. ;
- les temps du futur, le conditionnel ;
- les questions rhétoriques pour l'animation du discours ;
- le champ lexical de la joie et le lexique valorisant ;
- l'utilisation d'adverbes d'intensité : *très* ou *fort*, adverbes avec le suffixe – *ment* (extrêmement merveilleusement, énormément, spécialement, etc.), adverbes avec préfixe *hyper-*, *ultra-*, *extra-* ;
- les adjectifs évaluatifs et affectifs tels que *célèbre*, *grandiose*, *magnifique*, *extraordinaire*, *essentiel*, *excellent*, *sublime*, *superbe*, *spéciale*, *fabuleux*, *valorisé*, etc.

(177) Les prévisions présentées ci-dessus ont été élaborées **selon des méthodes** comptables conformes à celles suivies par le Groupe pour l'établissement des **informations** historiques. (A2 dan)

(178) Il s'agissait avant tout de **réaliser une étude** afin d'évaluer l'intérêt de la **solution** proposée. (A10 sgl)

(179) ... comme j'ai pu le constater **sur votre site Internet** : XXX continue d'évoluer. (A6 fl)

(180) À cet égard **il serait souhaitable** que, compte tenu de la **complexité** des opérations effectuées, les organes sociaux mettent en place des comités composés en partie de personnalités indépendantes et dédiés à la **surveillance** des risques et du **contrôle** interne. (A2 sg)

(181) **S'il n'existe pas** de formalisme spécifique (...) **et qu'il n'est donc pas** nécessaire d'exiger un reçu ou une quittance subrogative, **l'assureur doit** avoir réglé l'indemnité contractuellement due, et **la créance doit** correspondre à une action en responsabilité contre un tiers. (A4 nor)

(182) Suite à l'ensemble de ces remarques, sans doute **serait-il pertinent** de créer une agence européenne qui labelliserait les batteries sur le plan sécuritaire ?

(183) Schneider Electric place **la satisfaction** de ses clients au cœur de sa **stratégie de croissance**. Ainsi, toute relation avec Schneider Electric doit être pour le client – quel qu'il soit et où qu'il soit – **une expérience positive** et **satisfaisante** en terme d'accueil, d'écoute et de réponse à ses besoins. (A3 sch)

(184) La marque MICHELIN, par sa promesse d'équilibre et son **extraordinaire capital de confiance** et de **sympathie**, compte parmi **les plus grandes** marques mondiales. **Sécurité, fiabilité, longévité**, technologie et **innovation, expertise** et services : la **confiance** dont elle bénéficie suscite l'achat et fidélise, comme en témoignent ses performances au **plus fort** de la crise dans toutes zones géographiques. (A2 mich)

(185) En l'espèce, les décisions envisagées par la Société Générale (...) apportaient un **confort important** sur le maintien, voir le **renforcement**, de sa **solvabilité** et le **secret absolu** était une **condition essentielle** à la mise ne oeuvre de ces décisions (A2 sg)

(186) Sa mission consiste à trier parti de son portefeuille pour rendre l'énergie (...) **fiable** : en garantissant un courant **ultra-sécurisé, ultra-pur** et ininterrompu, notamment pour les applications sensibles ... (A3 sch)

(187) Le Pôle Nutrition Infantile bénéficie d'une **croissance excellente** avec un chiffre d'affaires **en progression** de +11,3 % en données comparables au premier semestre 2012. (A2 dan)

(188) **Nous poursuivons notre développement** dans les nouvelles économies, qui représentent désormais 41 % de notre chiffre d'affaire, **élargissant notre** présence dans ces géographies dont **le potentiel** est considérable et développant catalogues et **solutions spécialement** adaptés à ces pays. (A3 sch)

(189) **Les avantages supérieurs** que **nous apportons** sur le plan de la **sécurité**, de la **longévité** et des économies de carburant sont unanimement **reconnus** et **valorisés** par les constructeurs et conducteurs. (A3 mich)

Les pronoms, tels que *tu*, *vous* et *nous* s'utilisent souvent pour la création de la communauté d'intérêt. Le locuteur provoque un sentiment d'identification, qu'ils partagent les mêmes intérêts :

(190) **Vous** pourrez découvrir **nos solutions** au Salon IAA, à Hanovre du 20 au 27 septembre 2012. **Nous** serons à **votre disposition** sur **notre** stand intérieur Hall 25, stand B63. (A7 prop lohr)

(191) **Nous** voulons **vous** donner les moyens de construire **votre** carrière, **d'améliorer votre employabilité** et d'acquérir de nouvelles compétences. **Notre** offre de formation **vous** aide à **vous** développer sur les plans professionnel et personnel **en enrichissant vos** connaissances. (A10 sch)

(192) Découvrez **nos** tutoriels beauté, **nos** diagnostics et conseils maquillage ... Trouvez les réponses adaptées à **vos** besoins, « parce que **vous** le valez bien » ! (A7 ofrp)

Si les adjectifs attribuent une qualité notoire ou inhérente à un substantif, ils ont souvent une fonction argumentative (Goes, 2014 : 115) :

(193) La jurisprudence est **très** stricte avec les assureurs de dommages, et applique avec rigueur les sanctions prévues par l'article L 242-1 du Code des assurances. (A4 nor)

(194) Le Groupe **va** encore **accroître** son **effort** pour le porter à près de 2 milliards d'euros par an sur la période 2012-2015 avec trois orientations : **augmenter fortement** ses **capacités** de productions sur les marches à **forte croissance** ... (A2 mich)

Pour l'articulation de l'argumentation, il est important de connecter les informations entre elles. La force persuasive diminue si l'interlocuteur ne voit pas le lien entre les idées. La persuasion ne fait pas toujours ce qu'on croit. Les ressorts cachés de la persuasion sont des connecteurs tels que *parce que* qui introduit l'argument et *donc* ou *en conséquence* qui introduisent la conclusion. Les connecteurs plus efficaces pour la démonstration sont *or* et *donc*, pourtant ils ont le plus d'impact à l'oral. D'autres connecteurs qui ont un rôle important dans la persuasion sont *malgré*, *puisque*,

justement, étant donné que, par conséquent, comme, etc. (Alonso et al., 2008 : 237 ; Adam, 2004).

(195) Les sanctions ne peuvent pas s'appliquer si l'assuré n'a pas juridiquement intérêt à la mise en oeuvre des obligations de l'assureur, par exemple **parce que** le tiers responsable a d'ores et déjà réparé les dommages. (A4 reg)

(196) Cela se fera normalement par la déclaration d'exportation et de la déclaration de transit ne contiendra **donc** pas les données de sécurité de l'annexe 30A du règlement No 2454/93 de la Commission, telle que modifiées. (A10 tir)

(197) **En conséquence**, le Groupe a décidé d'ajuster ses objectifs 2012 comme suit : objectif de croissance du chiffre d'affaires inchangé ... (A2 dan)

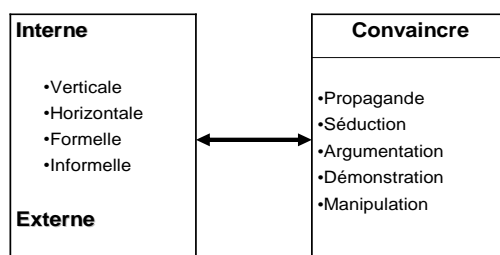
(198) Les Produits baissent **malgré** une croissance des produits de gestion du bâtiment ... (A2 sch)

Par ailleurs, dans la communication professionnelle, il faut savoir comment convaincre le locuteur. Selon Breton (2003 : 4-6), il existe plusieurs techniques : propagande, séduction, argumentation, démonstration, manipulation, etc. (voir le graphique 14).

Cependant, on peut rarement rencontrer des pures situations de séduction, de manipulation ou d'argumentation. Par exemple, dans les discours publicitaires ou dans certaines techniques de vente, on peut rencontrer l'utilisation de plusieurs techniques à la fois. La propagande est une méthode pour contraindre les foules et elle s'utilise le plus souvent dans les discours politiques et préélectorales. La séduction est une méthode plus douce qui se sert d'une relation « quasi charnelle avec l'auditoire », où la connotation sexuelle n'est pas exclue. La démonstration est un moyen qui réagit plus sur la raison que sur les sentiments. Elle transforme une affirmation en un « fait établi » et elle s'utilise souvent en science, parce que c'est un fait que personne ne peut contester (Breton, 2003 : 4).

La manipulation est un phénomène qu'on rencontre quotidiennement dans toutes les sphères de la vie et elle peut être définie entre la séduction et la capacité à contrôler le comportement des autres. La manipulation psychologique est l'utilisation des informations ou des données pour diriger l'attention sur le message qu'on veut provoquer chez les autres. L'objectif du manipulateur est de parvenir à ses fins en utilisant « des moyens détournés » ou « des ressorts affectifs ». Dans la communication professionnelle, on se sert très souvent du langage manipulateur pour modifier le comportement d'autrui. Toutefois, il est très difficile de reconnaître la manipulation. Naturellement, comme la manipulation a une image négative, on utilise des euphémismes pour caractériser le langage manipulateur. Par exemple, dans la communication professionnelle, on rencontre des expressions telles que *communiquer avec efficacité, utiliser les arguments, employer la force de conviction*, etc. (Carré, 2007 : 29).

La communication professionnelle



Graphique 14 : Les techniques de la persuasion dans la communication professionnelle

L'argumentation a deux domaines d'application : *le discours* (l'argumentation empirique) et *la langue* (Moeschler et Auchlin, 2008 : 152). Ruth Amossy, professeur de l'Université à Tel Aviv et rédactrice en chef de la revue *Argumentation et analyse de discours* (ADARR),¹⁰² développe une théorie sur l'argumentation dans le discours. Selon Amossy (2009 : 252), l'argumentation est définie comme « l'usage des moyens verbaux visant à un accord sur ce qu'un groupe donné peut percevoir comme

¹⁰²Les principales recherches du groupe ADDARR concernent les théories de l'argumentation, de l'analyse du discours et les sciences de communication. Pour plus d'information consulter le lien : <http://www.tau.ac.il/~adarr/index.files/presentation.html>

raisonnable à propos d'un sujet plus ou moins controversé ». Grize (2004 : 35) également considère l'argumentation :

« ... comme un type de schématisation discursive, c'est-à-dire comme la production d'un discours (démarche et résultat) organisé en vue d'intervenir sur l'opinion, l'attitude et le comportement de quelqu'un. »

Amossy définit l'analyse du discours dans sa « visée ou sa dimension persuasive » par plusieurs approches : *langagière* (lexique, énonciations, enchaînements), *communicationnelle* (la situation de la communication), *dialogique et interventionnelle* (un échange entre les partenaires), *générique* (dans un type de discours), *stylistique* (effet des styles et des figures), *textuelle* (processus logique : syllogisme et analogie, stratégies de dissociation et d'association, etc.) (Amossy, 2006 : 31-32).

L'analyse argumentative est indispensable pour l'analyse d'un discours économique et commercial. La compréhension d'un texte argumentatif dépend de la compréhension « des liens qui existent entre les moyens linguistiques utilisés et l'effet produit sur le destinataire » (Chartrand, 1995 : 44). D'après Wolton (1995 : 11) :

« Il est pourtant difficile de penser la communication, sans l'aide de l'argumentation qui structure tout échange. Il est difficile de penser que les changements massifs qui ont affecté la communication n'ont pas d'impacts sur les conditions et les modalités de l'argumentation ! En réalité, il n'y a pas de communication intersubjective sans argumentation. On peut le dire autrement : sans argumentation, il n'y a pas de communication. »

L'analyse d'un texte argumentatif comprend la définition de la structure de l'argumentation, la distinction des différents types de raisonnements, la définition des marques de l'énonciation et des registres de l'argumentation. L'une des premières étapes dans l'analyse concerne l'organisation du texte. Par ailleurs, l'organisation d'un texte argumentatif est faite par les connecteurs logiques qui relient les arguments entre eux. Dans un texte existe un circuit argumentatif, une progression des arguments qui se lie par des connecteurs logiques.

3.12.1. Relations logiques

Les relations logiques ou les connecteurs¹⁰³ logiques établissent les liens entre les différents arguments. Ce sont des liens qui relient les deux assertions dépendant l'une de l'autre (Tomassone et al., 2001 : 230-231 ; Wagner et Pinchon, 1991 : 506). Selon Charaudeau (1992 : 496), il y a trois niveaux de relation logique : *cognitive* (les archétypes logico – linguistique), *linguistique* (par le sens des marques formelles) et *discursive* (le contexte et la situation de communication).

Les mots grammaticaux ou les connecteurs marquent un rapport de sens entre les différentes parties d'un texte ou d'une phrase. P. Charaudeau (1992 : 549, 550) évoque les différents types de relations logiques : conjonction, disjonction, restriction, opposition, implication, explication et hypothèse. J. M. Adam (2011 : 148-150) regroupe les connecteurs argumentatifs en quatre grandes catégories :

- Les connecteurs argumentatifs, marqueurs de l'argument avec une valeur de justification et d'explication : *parce que, puisque, car, en effet, comme, même, d'ailleurs, etc.* (v. Nazarenko, 2000).
- Les connecteurs argumentatifs, marqueurs de la conclusion : *donc, alors, ainsi, par conséquent, etc.*
- Les connecteurs contre-argumentatifs, marqueurs d'un argument fort : *mais, pourtant, toutefois, néanmoins, cependant, quand même, etc.*
- Les connecteurs contre-argumentatifs, marqueurs d'un argument faible : *certes, bien que, malgré, quoique, etc.*

¹⁰³Le terme connecteur vient de la logique, mais il s'emploie aussi en pragmatique pour « rendre compte des processus inférentiels déclenchés par l'usage des mots comme *et, mais, si* ». Selon Neveu (2011 : 94), le terme connecteur :

« ...c'est développé en sémantique discursive et textuelle pour désigner des mots ou des expressions (conjonctions, adverbes, syntagmes prépositionnels, etc.) dont la fonction est de lier des séquences discursives de nature phrastique ou textuelle à des fins de cohésion et de cohérence du discours. »

- **Les marqueurs de causalité**

La relation causale varie selon la nature du lien qui relie deux assertions, que P. Charaudeau (1992 : 526) appelle la « condition logique » et varie également selon la « visée de la valeur » qui est attribuée à la mise en relation des deux assertions. La causalité introduit diverses formes en argumentation (Plantin, 1996 : 40) :

- argumentations établissant une relation causale ;
- argumentations exploitant une relation causale ;
- argumentation par la cause, par les conséquences ;
- argumentation par rapport à l'explication (v. Richer, 2014 : 29).

(199) **Parce que** nos clients sont divers, **parce que** diversité et inclusion (D&I) sont étroitement associées à nos valeurs et à notre culture... (A2 axa)

(200) Les volumes de béton ont diminué de 7% sur les deux périodes **en raison de** la cession des activités ... (A2 lafr)

(201) **En effet**, de ces 10%, 6 à 8% sont liés à notre montée en puissance sur les marches en forte croissance. (A3 axa)

(202) **Comme** nous n'avons pas de sac pareil (échantillon), ni de schéma, ce montage a été fait sur une photo d'internet, en changeant de la couleur de toute la photo en orange. (A6 c)

(203)... il ne peut actionner l'assurance de dommages **car** celle-ci est bien une assurance de choses assortie d'une obligation de souscription pour compte, pour laquelle seul le propriétaire conserve la qualité s'assuré. (A4 nor)

(204) L'assuré peut **d'ailleurs** se faire assister ou représenter et toutes ses observations doivent être consignées par l'expert contractuel dans ses rapports. (A4 nor)

(205) L'objectif de ce plan est de faire du groupe Crédit Agricole un acteur complet et durable du paysage financier belge et ce, **grâce à** une croissance soutenue ... (A2 ca)

Parce que est le connecteur fondamental de la cause. Il exprime la cause comme un fait réel ou comme motif personnel d'une action quelconque. La locution *grâce à* exprime une cause positive et un substituant du connecteur à cause de, qui est un

connecteur fondamental de l'expression de la cause. Le résultat est considéré comme réussi ou heureux. *En effet* annonce un fait pour justifier ce qui précède et il introduit la cause d'une énonciation. *Comme* est un connecteur polyvalent et il marque la coïncidence temporelle, la comparaison et la causalité. *Car* est un marqueur d'acte de parole et il introduit souvent une explication.

- **Les marqueurs de conséquence**

(206) L'avenir du monde financier est **donc** toujours incertain et de nombreuses questions pour arriver à un modèle bancaire idéal à l'avenir sont restées sans réponses. (A2 ca)

(207) Les présentations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes annuel pris dans leur ensemble, et ont **donc** contribué à la formation de notre opinion ... (A2 mich)

(208) Ce bénéfice net par action **alors** déterminé en rapportant le résultat net part du Groupe de la période ainsi corrigé au nombre moyen d'actions ordinaires en circulation ... (A10 not sg)

(209) Cette opération lui permet par ailleurs de renforcer son bilan et de consolider sa solidité financière : **ainsi**, après ce désinvestissement, en proforma au décembre 2012. (A10 sgl)

(210) L'objectif est de détecter les causes principales de leur sinistralité, de les réduire et, **par conséquent**, de limiter de taux d'absentéisme. (A2 axa)

(211) **En conséquence**, je vous prie de bien vouloir restituer mon acompte de 150 euros, en application des clauses du contrat. (A9 pro)

Le connecteur *donc* introduit la conclusion d'un raisonnement et il peut avoir la fonction métadiscursive lorsqu'il introduit le commentaire de l'énonciation précédente (v. Moulhrons-Dallies, 2014). Le connecteur *alors* articule les deux procès en établissant un lien de dépendance de type cause-conséquence et il peut encore être marqueur de structuration. *Ainsi* peut avoir une « valeur de reprise », soit contextuelle, soit situationnelle et une « valeur sémantique de conformité » (Hybertie, 1996 : 44).

- **Les marqueurs d'opposition, concession et restriction**

Les marqueurs de la concession expriment des arguments contraires à la thèse que l'on défend. Le connecteur *mais* indique une relation de contraste.

(212) Le Crédit Agricole traduit son idéal coopératif dans sa politique de mécénat, dans sa politique de solidarité, dans sa politique de développement durable, **mais** aussi et surtout dans sa mission principale de soutien d'une agriculture durable. (A2 ca)

(213) **Toutefois**, la Société s'efforce, dans la mesure du possible, de remettre aux membres du Comité les documents qui leur sont soumis suffisamment à l'avance afin de leur permettre d'en prendre connaissance dans de bonnes conditions. (A2 axa)

(214) **Néanmoins**, indépendamment de la qualité de sa conception, tout système de contrôle interne présente des limites qui lui sont inhérentes, et par conséquent ne peut fournir une garantie à toute épreuve. (A5 axa)

(215) Comme tout système de contrôle, il ne peut **cependant** fournir une garantie absolue que ces risques sont totalement éliminés. (A5 pro be)

(216) En, 2010, l'économie belge a renoué avec des résultats d'entreprise positifs et regagner la confiance des consommateurs. **Cependant**, l'insécurité a perduré, ce qui s'est traduit par un climat boursier hésitant. (A2 ca)

(217) Les conditions ont **certes** évolué, depuis que nous avons chiffré les objectifs d'Ambition AXA, **mais** nous restons confiants quant à notre aptitude à les tenir en raison de la nature de nos hypothèses. (A3 axa)

(218) Cette stratégie conçue pour accompagner la reprise est-elle toujours opérante **alors que** la crise de l'euro et des dettes souveraines assombrit les perspectives de croissance en Europe ? (A3 axa)

(219) ... la construction résidentielle (neuve et rénovation) devrait poursuivre sa reprise progressive, **tandis que** la production industrielle devrait se maintenir à un bon niveau. (A2 sgl)

(220) Dans les Produits laitiers Frais, les pays émergentes (...) ont continué à trier la croissance, **tandis que** 2011 a été une année importante dans la construction de deux pays ... (A3 dan)

(221) **Au contraire**, nous avons vu des banques mastodontes devenir encore plus volumineuses, avec tous les risques inhérents. (A2 ca)

(222) Conditionnement (Verallia) ont **en revanche** fait preuve d'une bonne tenue tout au long de l'année. (A2 sgl)

(223) Plus précisément, et **sans que** cette liste soit exhaustive, divers contrôle, instances, ou processus y sont consacrés ... (A2 bel)

(224) **Bien que** le contexte macroéconomique en France se soit dégradé au deuxième trimestre, les Réseaux France présentent une activité commerciale robuste. (A10 com sg)

(225) **Bien que** Lafarge estime que ces déclarations prospectives reposent sur des hypothèses raisonnables à la date de publication du présent document, les investisseurs sont alertés sur le fait qu'elles ne constituent pas des garanties ... (A5 av lafr)

(226) **Malgré** des volumes de marche faibles, l'activité client a été résiliente, en particulier sur les produits de flux et les produits structurés. (A10 com sg)

(227) En conséquence, et **malgré** les premiers effets des programmes d'adaptation à la conjoncture, la marge d'exploitation est en baisse, à 8,3 % contre 10,7 % en 2011. (A2 sgl)

- **Les marqueurs de comparaison analogique et disjonctive**

La comparaison peut être utilisée pour renforcer la preuve d'une conclusion ou d'un jugement dans le cadre d'une argumentation. La comparaison peut être *objective*, lorsqu'elle a un *effet pédagogique* (la comparaison pour faire mieux comprendre quelque chose) ou *subjective*, lorsqu'elle a un *effet d'aveuglement* (détourner l'attention vers un autre fait). Les marques de la comparaison peuvent être *les mots grammaticaux* (*comme* ou *tel que*) et *les mots lexicaux* (*ressembler, paraître, correspondre, comparer, différencier, opposer, etc.*) (Charaudeau, 1992 : 822).

(228) Le développement durable est défini **comme** un « développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à satisfaire les leurs ». (A3 axa)

- (229) Le groupe confirme son engagement à accompagner les entreprises par des financements, **comme** en témoigne la progression des encours de crédits de fonctionnement (+10,8 % à 12,8 milliards d'euros) ... (A10 com sg)
- (230) Les éléments financiers présentés au titre de la période de six mois close le 30 juin 2012 ont été établis en conformité avec le référentiel IFRS **tel qu'**adopté dans l'Union européenne et applicable à cette date. (A10 not sg)
- (231) Cette opération lui permet par ailleurs de renforcer son bilan et consolider sa solidarité financière : **ainsi**, après ce désinvestissement, en proforma au 31 décembre 2012 ... (A2 sgl)
- (232) ... nous avons donné à chacun l'opportunité de découvrir les actions menées par sa société, de passer en revue les initiatives récentes prises par le Groupe, mais aussi de rappeler en quoi notre thème phare « Recherche et éducation pour la réduction des risques » est **plus que** jamais au centre de nos préoccupations. (A3 axa)
- (233) L'article 14 des statuts prévoit que le Conseil se réunit **aussi** souvent **que** l'intérêt de la Société l'exige. (A2 bel)
- (234) Ceux-ci s'inscrivent en baisse de -6,0 % au deuxième semestre 2012 **par rapport au** T2-11 et de -3,5 % **en comparaison** semestrielle **par rapport au** S1-11. (A10 com sg)
- (235) **En comparaison** semestrielle, les revenus sous-jacents atteignent 12 826 millions d'euros, en retrait de -4,2 % **par rapport au** premier semestre 2011. (A10 com sg)
- (236) Il est justifié du droit de participer (...) au nom de l'actionnaire ou de l'intermédiaire inscrit pour son compte en application du septième alinéa de l'article L. 228-1 du Code de Commerce, au troisième jour ouvré précédant l'assemblée, **soit le 21 mai 2012** à zéro heure, heure de Paris, **soit** dans les comptes de titres nominatifs tenus par la Société, **soit** dans les comptes de titres au porteur tenus par l'intermédiaire habité. (A10 av bel)
- (237) De même, les clauses attributives de compétence **opposables** à l'assuré s'imposent à l'assureur subrogé. (A4 nor)

- **Les marqueurs du but**

Les principaux connecteurs pour le but positif (c'est ce qu'on cherche à atteindre) sont autour des prépositions *pour* et *afin*. Le but négatif, c'est ce qu'on cherche à éviter. On trouve des connecteurs : *pour que ...ne ... pas*, *afin que ... ne ... pas*, *pour ne pas*, *afin de ne pas*, *pour ne pas que...*

(238) **Pour que** l'assureur soit valablement saisi et soit contraint d'instruire le dossier, la déclaration de sinistre doit contenir les éléments suivants ... (A4 nor)

(239) L'**objectif** de ces travaux semestriels est d'être au plus près de la réalité économique et de notre environnement **afin de** valider notre stratégie et nos actions. (A2 bel)

(240) **Afin de** faire face à la dégradation de la conjoncture observée à partir du 2ème trimestre en Europe occidentale et, de façon générale, dans le Vitrage, le Groupe a une nouvelle fois fait la preuve de sa capacité... (A2 sgl)

Tableau 19 : Les relations logiques les plus fréquents

Relations logiques	Connecteurs	Fonctions et exemples
Causalité	parce que, puisque, car, en effet, comme, en raison de, etc.	Exprimer la cause d'un fait, justification, explication. (exemples 199-205)
Conséquence	donc, alors, par conséquent, c'est pourquoi, etc.	Énoncer un résultat ou l'aboutissement d'un fait. (exemples 206-211)
Opposition, concession, restriction	bien que, tandis que, pourtant, toutefois, néanmoins, cependant, quand même, etc.	L'opposition de deux arguments ou de deux faits. (exemples 212-227)
Comparaison analogique et disjonctive	de même, également, ainsi que, soit...soit	La comparaison de deux arguments ou de deux faits. (exemples 228-237)
But	Pour que, de façon que	L'objectif à atteindre. (exemples 238-240)

3.13. Analyse sociolinguistique

Les éléments sociolinguistiques ont une forte influence sur toutes les formes de la communication verbale entre les représentants des différentes cultures (Boutet, 2008 :

94). Sous l'influence des normes sociales, telles que la courtoisie et le comportement, les relations entre les différentes générations, sexes, groupes sociaux, conditionnent le fonctionnement de nombreuses règles sociales. La manière dont on s'adresse aux personnes âgées ou personnes influentes, n'est pas la même qu'avec les collègues du travail. Nous avons utilisé l'approche sociolinguistique principalement pour l'analyse des lettres commerciales (v. Moirand, 1979 : 80, 110-114). Selon CECR (Conseil d'Europe, 2000 : 93) les compétences sociolinguistiques désignent :

- 1) les marqueurs des relations sociales ;
- 2) les différences de registre ;
- 3) les règles de politesse et du comportement.

1) Marqueurs des relations sociales

Les marqueurs des relations sociales dépendent de la langue, de la culture et du contexte de la communication. Ils comprennent l'usage et le choix des salutations d'accueil, la présentation, la manière de prendre congé, l'usage et le choix des formes d'adresse (*Monsieur, Madame, Mademoiselle, Monsieur le directeur, Mesdames et messieurs*) :

- (241) Monsieur le directeur, ... (A9 mo)
- (242) Avec mes sentiments les meilleurs. (A9 ve)
- (243) Nous vous prions de recevoir, Messieurs, nos salutations distinguées. (A9 de)
- (244) Veuillez agréer, Monsieur, nos salutations distinguées. (A9 pro)
- (245) Dans l'attente de votre réponse et en espérant une suite favorable à ma demande, je vous prie d'agréer, Monsieur, l'expression de mes salutations distinguées. (A9 mo)
- (246) Veuillez croire, Monsieur, à mes sentiments cordiaux. (A9 pro)

2) Différence de registre

La différence de registre se réfère aux différences des niveaux : officiel, formel, informel ou familier, ce qui est illustré par les exemples suivants :

- *Pouvons-nous commencer ?*
- *On peut commencer ?*

- *On y va ?*
- *Quelle est votre profession ?*
- *Tu fais quoi ?*
- *Est-ce qu'on travaille demain ?*
- *On bosse demain ?*
- *Demain il faut aller au boulot.*

3) Règles de politesse et du comportement

Les règles de politesse sont importantes pour savoir-faire montrer d'intérêt pour quelqu'un, exprimer l'admiration ou le regret, promettre des faveurs, partager des expériences, s'excuser, etc.

(247) Nous vous prions de bien vouloir nous expédier les articles dont vous trouverez le détail ci-dessous... (A9 de)

(248) Je suis désolée de vous déranger pendant votre congé mais je ne pas m'adresser qu'à vous. (A6 c)

(249) Je vous précise que je vous enverrai, très rapidement, un cheque de 150 euros en règlement de votre facture. Je vous remercie à l'avance de votre aimable compréhension. (A9 pro)

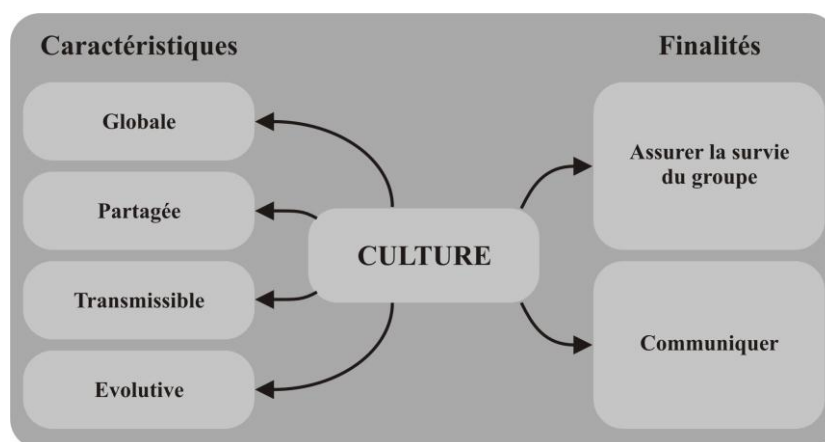
(250) Nous vous serions reconnaissants de bien vouloir faire bénéficier de vos meilleures conditions de paiement, et attendons vos propositions à ce sujet. (A9 de)

(251) Si vous pensez que cela risque d'être juste et que de ce fait il serait souhaitable que je vous supprime quelques lignes. (A6 c)

(252) Le frs nous demande de proposer au client l'un des 2 modèles de la photo ci-jointe. Je reste en attente de votre retour. (A6 c)

Les règles et les procédures à respecter au sein d'une entreprise, incluent aussi le langage utilisé (langue parlée, vouvoiement, tutoiement, codes spécifiques, etc.) (Meier,

2013 : 19). La culture de l'entreprise¹⁰⁴ apparaît comme un lien social qui bâtit l'identité d'une organisation professionnelle (voir le graphique 15).



Source : <http://culture.entreprise.free.fr/>

Graphique 15 : La culture de l'entreprise

« Le partage des tâches entre les membres du groupe, les relations de domination (de pouvoir) admises, les symboles et plus particulièrement le langage sont les traces visibles de la culture d'une société (...) De façon plus subtile, le langage apparaît comme le symbole le plus expressif de la culture. La mise en place d'un langage commun facilite la circulation de l'information, la communication sociale et la prise de décision. Ce langage unique se manifeste non seulement par un vocabulaire spécifique, mais également par les formulaires adoptés le style de communication retenu (lettres, rapports, ordres écrits), ainsi que par les procédures de contrôle. » (Durand et al., 2000)

Les premières études du rôle de la culture dans le fonctionnement des organisations commencent dans les années 1980. Le monde de l'entreprise, ses codes et ses règles sont souvent inconnus pour l'enseignant. C'est pourquoi l'enseignant du FOS ou du FS devrait d'abord mener une acculturation personnelle avant d'être en mesure de favoriser chez les apprenants une autre acculturation (Lehmann, 1993 : 13).

« La culture d'entreprise correspond à un cadre de pensée, à un système de valeurs et de règles relativement organisé qui sont partagées par l'ensemble des acteurs de l'entreprise (Bournois, 1996). Elle englobe les valeurs, les croyances,

¹⁰⁴Plus d'informations sur le lien : <http://apprendre.tv5monde.com/fr/apprendre-francais/cultures-le-temps-de-travail-et-les-conges> [07. 07. 2014.]

les postulats les attitudes et les normes communes à ceux qui travaillent dans une même organisation. » (Meier, 2013 : 10)

Les exemples suivants montrent l'importance de la culture de l'entreprise dans les organisations du travail :

(253) Une question de fond est soulevée, vais-je devoir **changer ma culture d'entreprise** ?

Réponse, oui dans bien des cas, mais attention, il n'est pas question de tout effacer et de repartir de zéro, **la culture d'entreprise évoluera** comme les NRMM, bien sur elle ne sera pas identique à la **culture d'entreprise d'avant** (n générations), cela fait partie de la vie des entreprises, le savoir faire, **les traditions ancestrales**, en terme de réalisation, de fabrication, bien au contraire, elles sont indémodables, mais elles s'appuieront sur une nouvelles organisations, des nouveaux outils, mais les grands principes resteront. (A4 nor)

(254) La responsabilité d'AXA envers ses actionnaires inclut la garantie d'une viabilité à long terme de l'entreprise grâce à une gouvernance d'entreprise solide et transparente **et une culture d'entreprise** éthique, bénéficiant de nos standards et du Code de déontologie d'AXA. (A3 axa)

(255) Parmi nos priorités stratégiques figure la nécessité de développer **une culture de la confiance et de la réussite**. (A3 axa)

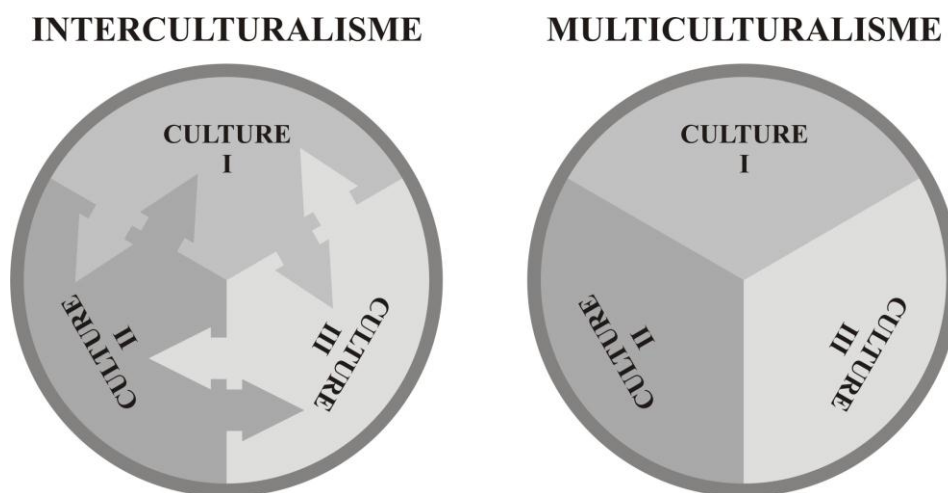
(256) Parce que **nos clients sont divers**, parce que **diversité et inclusion (D&I)** sont étroitement associées à **nos valeurs** et à **notre culture**, nous nous sommes engagés à promouvoir un univers de travail où les collaborateurs sont traités avec respect et dignité, et où **les différences individuelles sont valorisées**. (A2 axa)

(257) L'ambition du Groupe est de privilégier partout où cela est possible l'émergence d'un management local hautement qualifié, dans le **respect des cultures locales**. Ainsi, près de la moitié des cadres à hautes responsabilités (46,3 %) ne sont pas de nationalité française. Partout dans le monde, les managers locaux apportent au Groupe leur culture et leur compréhension des enjeux régionaux. (A2 mich)

Les exemples (256) et (257) mentionnent la diversité des valeurs, des individus et des cultures. Pour bien comprendre cette diversité, il faut prêter l'attention à l'analyse interculturelle qui est très importante aujourd'hui dans les affaires et dans le commerce international.

3.13.1. Analyse interculturelle

Le concept d'interculturalisme est basé sur la nécessité de l'échange culturel entre les différentes cultures. De plus en plus, la diversité linguistique et culturelle se considère comme une richesse. Dans ce sens, la communication interculturelle signifie que le dialogue se déroule sur plusieurs niveaux en même temps, car ce n'est pas seulement le contenu linguistique qui s'échange, mais aussi un contexte extralinguistique dans lequel le contenu linguistique se déroule (v. Souchon, 2006). C'est pourquoi l'éducation interculturelle devrait prendre une place centrale dans l'éducation moderne.



Source : Živković, 2013b : 454

Graphique 16 : La différence entre multiculturalisme et interculturalisme

Il y a environ une vingtaine d'années on ne montrait pas autant d'attention à la réflexion interculturelle, mais plutôt à la notion du multiculturalisme,¹⁰⁵ qui désigne que

¹⁰⁵ Aujourd'hui, on parle et on écrit beaucoup à propos des notions de l'interculturalisme et du multiculturalisme. Un grand nombre de sciences différentes telles que l'anthropologie, la sociologie, la psychologie, la pédagogie, la philosophie, le droit, la sociolinguistique, la psycholinguistique, les sciences

les cultures sont en contact, mais sans une interaction commune (voir le graphique 16). Le préfix *inter-* dans le terme *interculturel* indique « une mise en relation et une prise de considération des interactions entre des groupes, des individus, des identités » (Abdalah-Preteille, 1999 : 49 ; Bugarski, 2009 : 166). Bennett (1993 : 29) a donné le modèle de développement de la sensibilité interculturelle et la description des difficultés qu'on rencontre dans la communication interculturelle. Il décrit les étapes que les gens passent lorsqu'ils rencontrent les autres cultures : de l'*ethnocentrisme* (nier l'existence de la différence culturelle) à l'*ethnorelativisme* et l'intégration avec les autres.

Dans les exemples (258) à (260), il est bien évident que les entreprises ne se limitent pas à travailler seulement dans un pays. C'est pourquoi, dernièrement on accorde une plus grande importance au management interculturel.

(258) C'est une forte croissance pour le Fonds AXA qui finance à hauteur de 76 millions d'euros des projets de recherche conduits par 300 chercheurs **de 47 nationalités différentes dans 24 pays, en Europe, mais en Asie, en Amérique et en Afrique.** (A2 axa)

(259) L'EBITIDA est en hausse de 8 % pour le trimestre et sur le semestre sous l'effet des progressions à deux chiffres de l'EBITIDA enregistrées **au Moyen-Orient & Afrique, en Amérique Latine, en Asie, et en Amérique du Nord.** La tendance est en baisse en Europe occidentale et de l'Est en raison des conditions météorologiques défavorables ... (A2 lafr)

(260) Parallèlement, près de 260 réunions et rendez-vous individuels dans **18 pays** ont permis de **dialoguer directement** avec 750 investisseurs institutionnels et analyste financiers en 2011. (A2 mich)

Il existe plusieurs approches scientifiques qui utilisent les méthodologies différentes pour l'analyse des différences culturelles. Les principales approches sont développées par :

- les anthropologues Kluckhohn et Strodtbeck (1961) ;
- le chercheur néerlandais G. Hofstede, qui a fait la plus vaste étude comparative dans les années 1970-80 ;

politiques, éthique, etc. font face à ce problème. Cependant, toujours les mêmes problèmes apparaissent et on n'a pas réussi à trouver une solution appropriée à ce problème.

- le travail de l'anthropologue américain E. T. Hall (1984 (1959), 1979, 1984).

Pour la comparaison des cultures des Français et des Serbes, nous nous sommes principalement appuyé sur les approches de G. Hofstede et de E. T. Hall. Selon l'approche de Hall (1984), il est possible de conclure que les Serbes et les Français appartiennent aux cultures polychroniques. Cela signifie qu'ils peuvent faire plusieurs tâches en même temps, un ordre du jour n'est pas trop strictement suivi et respecté, ils supportent l'interprétation, il accorde la priorité aux personnes par rapport aux programmes, l'exactitude est approximative, etc. (Hall, 1984 : 60 – 69 ; Loth, 2006 : 74).

Hofstede fait la distinction entre les cultures sur plusieurs dimensions : la distance hiérarchique, l'individualisme/le collectivisme, la féminité/la masculinité, le contrôle de l'incertitude et l'orientation au court/long terme (voir le tableau 20).

- La distance hiérarchique – désigne le degré d'inégalité du pouvoir entre ceux qui ont le pouvoir et ceux qui sont soumis (sur l'échelle de 0 à 100). La hiérarchie se considère comme une inégalité naturelle, les supérieurs sont difficilement accessibles, leur légitimité ne se discute pas, ils ont droit aux privilèges, etc. (Loth, 2006 : 52). En France, comme en Serbie, le PDG est très difficilement accessible et il s'agit d'habitude d'une hiérarchie pyramidale avec plusieurs niveaux.
- L'individualisme / le collectivisme – désigne les relations d'individu avec la collective (l'échelle de 0 à 110). Chacun s'occupe de lui-même et de sa famille, l'autonomie et la sécurité financière sont renforcées par la société, on traite tout le monde de même façon, peu importe s'ils sont dans notre groupe ou non, etc. (Loth, 2006 : 50). La France est un pays plus individualistes que la Serbie, ce qui peut se refléter dans les relations interculturelles.
- La féminité / la masculinité – désigne la répartition des rôles entre les hommes et les femmes (l'échelle de 0 à 100). Les deux pays ont une culture plutôt féministe, ce qui se caractérise par la solidarité. L'idéal se considère plutôt de rendre le service que de réaliser une ambition et la qualité de la vie est plus importante que la réussite, etc. (Loth, 2006 : 56-57).

- Le contrôle de l'incertitude – désigne l'attitude envers la sécurité (l'échelle de 0 à 120). La France et la Serbie sont les pays avec un fort contrôle de l'incertitude, on encourage les opinions qui font l'unanimité, etc. (Loth, 2006 : 54-55).
- L'orientation au court / long terme – désigne la prévoyance et la persévérance (l'échelle de 0 à 100). Les deux pays sont orientés plutôt vers au long terme.

Tableau 20 : Les dimensions culturelles identifiées par Hofstede

	France	Serbie ¹⁰⁶
La distance hiérarchique	Moyenne, mais plus grand score parmi les pays occidentaux (n=68)	Assez longue (n=86)
L'individualisme/le collectivisme	Individualiste (n=71)	Collectiviste (n=25)
La féminité/la masculinité	Plutôt féminine (n= 43)	Plutôt féminine (n= 43)
Le contrôle de l'incertitude	Une propension plus forte à l'écartier l'incertitude (n=86)	Une propension plus forte à l'écartier l'incertitude (n=92)
L'orientation au court/long terme	Plus orientée vers le long terme (n=63)	Assez orientée vers le long terme (n=52)

Source : Bollinger et Hofstede (1987) ; Mayrhofer et Urban, 2011 : 211-213 ; Drummond, 2010 : 132-145

Les Français, ainsi que les Serbes sont sensibles à ce qui précède la négociation, de préférence autour d'une bonne table. Avec les Français, comme avec les Serbes, avant de commencer à négocier, il est préférable de discuter sur des sujets secondaires, par exemple de l'actualité ou de la tradition. Même si cela peut avoir l'air comme une perte du temps, c'est une manière de se mieux connaître et d'établir des relations pour la suite. Il existe des stéréotypes que les Français ont la tendance à transformer les négociations en « une pièce de théâtre » et qu'ils ne se concentrent pas assez sur l'essentiel. O. Lauriol, le chef et le fondateur de l'entreprise Arkose, constate que négocier avec un acteur français n'est pas le même qu'avec un acheteur européen et qu'il s'agit d'une culture très spécifique.

Selon les paroles de Vice premier ministre serbe, Božidar Djelić : « Français et Serbes ont les mêmes qualités (ils sont créatifs et bon vivants...), et les mêmes défauts (ils sont râleurs...). En un mot, ils devraient pouvoir s'entendre ... » (cité par Coste,

¹⁰⁶ Pour plus d'information voir le lien : http://www.issbs.si/press/ISBN/978-961-6813-10-5/papers/ML12_213.pdf [07. 02. 2015.]

2010 : 153). Pour la négociation avec les serbes il faut consacrer du temps à son partenaire, aller manger des spécialités serbes (dont ils sont très fiers) et boire un coup. Le meilleur endroit de discuter avec les Serbes est dans les restaurants. Cependant, cela ne signifie pas forcément que les affaires sont terminées. Les Serbes sont pragmatiques, rapides et efficaces, dès qu'ils voient leurs intérêts (v. Coste, 2010 : 152).

Tableau 21 : La différence des congés et des horaires de travail entre la France et la Serbie

	En France ¹⁰⁷	En Serbie
La retraite	62 ans	60,5 ans pour les femmes et 65 ans pour les hommes
Les jours fériés	10 jours	10 jours
Le congé payé par an	cinq semaines, (belges et suisses ont 20 jours)	20 jours
Le temps de travail légal	35 heures par semaine (en réalité 38,1 heures)	40 heures (en réalité de 50 à 60 heures et même plus)
Le commencement du travail	de 8h30 à 9h30	de 8h à 9h
La pause	45 min à 1h (entre 12h et 13h30)	30 min Entre 12h et 13h
La fin du travail	de 7h30 à 18h30	de 16h à 18h
Le salaire moyen net par mois pour 2014	1541 € ¹⁰⁸ des non-cadres (82% de la population)	350 € ¹⁰⁹ En sud du pays les salaires sont encore moins élevés

Lors de l'établissement des contacts professionnels, il faut prendre en compte les différences dans les conditions de la vie. Généralement, les Français bénéficient des conditions de vie meilleure que les serbes (voir le tableau 21). Même si les serbes gagnent moins que la plupart des employés en Europe, ils travaillent encore, en moyenne 20 heures plus par semaine que les employés en EU. Selon la Fondation européenne pour l'amélioration de la vie¹¹⁰ et de travail à partir de 2011, les employés de l'UE

¹⁰⁷ Pour plus d'information voir le lien : <http://apprendre.tv5monde.com/fr/apprendre-francais/cultures-le-temps-de-travail-et-les-conges> [07. 02. 2015.]

¹⁰⁸ Pour plus d'information voir le lien : <http://www.latribune.fr/actualites/economie/france/20141028trib82e5b253e/1-541-euros-le-salaire-moyen-des-non-cadres-en-2014.html> [07. 02. 2015.]

¹⁰⁹ Pour plus d'information voir le lien : http://www.paragraf.rs/statistika/01_stat.htm [07. 02. 2015.], voir aussi : <http://www.economy.rs/vesti/23337/Prosecna-zarada-u-Srbiji-356-EUR--u-Crnoj-Gori-476-EUR.html> [27. 04. 2015.]

¹¹⁰ Les résultats ont été publiés par *Srna*, le 12 juillet 2011 dans *Vesti online*, disponible sur le lien : <http://www.vesti-online.com/Vesti/Ekonomija/150306/Radna-nedelja-u-Srbiji-20-sati-duza>

travaillent 39,7 heures par semaine. Les Français ont les plus courtes heures de travaux stipulés dans la convention collective. Ils travaillent beaucoup moins que les serbes, en moyenne 35,6 heures par semaine (en réalité 38,1 heures).

En Serbie, un grand nombre d'employés travaillent plus longtemps que s'est prescrites par la loi. Selon l'enquête de l'Office statistique de la Serbie environ 380 000 personnes travaillent plus de 50 heures par semaine et environ 200 000 employés passent au travail même 60 heures par semaine. La semaine de travail dure pendant le week-end pour un grand nombre d'employés. Les deux tiers des salariés travaillent le samedi et 22 % travaillent même le dimanche. Certains employés travaillent même plus de 60 heures par semaines. Le travailleur serbe¹¹¹ d'habitude n'apporte pas de travail à domicile et ainsi 90 % des gens ne pensent pas aux obligations du travail lorsqu'ils quittent le poste de travail.

Les Français bénéficient d'une allocation de chômage et d'une retraite à l'âge de 62 ans et les Serbes à 65 ans. Les Français et les Serbes disposent de 10 jours fériés et de cinq semaines de congés payés par an, tandis que les belges et les suisses ont 20 jours de congés payés. En France, le travail commence en général à 8h 30 - 9h 30 et termine à 17h 30 - 18h 30. Après l'introduction de la semaine de 35 heures en France, certaines entreprises ne travaillent pas le vendredi après-midi. Les horaires du cadre sont d'habitude flexibles.

3.14. Analyse pragmatique

Dans notre cas, l'analyse pragmatique a pour l'objet de décrire les éléments discursifs les plus fréquents dans le discours économique et commercial. En se basant sur le CECR (Conseil d'Europe, 2001 : 96), l'analyse pragmatique a pour principale vocation de démontrer la manière dont :

- 1) les énoncés sont organisés et structurés (la compétence discursive) ;

¹¹¹Les résultats ont été publiés par *Telegraf*, le 28 mai 2013, disponible sur le lien : <http://www.telegraf.rs/vesti/721142-srbi-rade-duze-od-evropljana-ali-im-je-ucinak-slab>

- 2) les messages sont utilisés pour la réalisation des fonctions communicatives (la compétence fonctionnelle).

3.14.1. Organisation et la structuration du discours

L'un des objectifs de l'analyse pragmatique consiste en une description de l'organisation et de la structuration des phrases, de l'articulation des propositions dans le texte, de l'organisation thématique et logique, de la cohérence et de la cohésion, de la construction de l'argumentation, de la mise en page, etc. Les exemples suivants illustrent la manière dont une séquence du discours se structure :

(261) Le présent rapport rend compte, **conformément** aux dispositions de l'article L.225-37 du Code de commerce, de la composition du Conseil et de l'application du principe de représentation équilibrée des femmes et des hommes en son sein, des conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseils d'Administration (Partie 1) ainsi que des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par la Société (Partie 2). Ce rapport présente **également** les principes et les règles arrêtés par le Conseil d'Administration pour déterminer les rémunérations et avantages de toute nature accordés aux mandataires sociaux (Partie 3). **Enfin** le rapport indique le Code de gouvernement d'entreprise de référence retenu par la Société et précise, le cas échéant, les dispositions de ce Code qui ont été écartées par la Société et les raisons pour lesquelles elles l'ont été (Partie 4). (A2 axa)

(262) **Par ailleurs**, les dommages immatériels (préjudice d'exploitation, frais de déménagement...) sont exclus du champ de la DO ...

De même, les dommages intermédiaires qui, par définition, ne compromettent ni la solidité de l'ouvrage ni la destination des lieux, ne peuvent être couverts par l'assurance de dommages obligatoire.

Quant aux dommages évolutifs ou aggravés, ils surviennent au-delà du délai de six ans à compter de la réception des ouvrages (...)

Or, les dommages susceptibles d'être couverts par le contrat d'assurance de dommages doivent être survenus pendant la période décennale (...)

Quant aux dommages futurs, pour être pris en charge dans le cadre de l'assurance de dommages ...

Enfin, en vertu de l'article L 243-1-1 du code des assurances, les dommages aux existants ne sont pris en charge par l'assurance de dommages que ... (A4 nor)

Si on fait la référence à la théorie de la pertinence, « les connecteurs contribuent à aider l'auditeur à comprendre la pertinence d'un énoncé en guidant le processus d'interprétation » (Zufferey et Moeschler, 2012 : 151). Les connecteurs qui permettent l'organisation et la structuration du discours peuvent se diviser en plusieurs catégories selon leurs fonctions :

- 1) pour commencer le discours ;
- 2) pour continuer ou ajouter des idées ou des informations ;
- 3) pour renforcer des idées ou des informations ;
- 4) pour modifier des idées ou des informations ;
- 5) pour terminer ou conclure le discours ;
- 6) pour la construction argumentative.

Le rôle des connecteurs pragmatiques (les mots comme *mais, alors, toutefois, parce que*, etc.) est « d'indiquer de quelle manière des segments sont reliés dans le discours » (Zufferey et Moeschler, 2012 : 150 ; v. Moeschler, 1996).

1) Pour commencer le discours

Dans la communication orale, on commence généralement par la présentation (les exemples (263) et (265)) ou par le questionnement de l'identité de l'interlocuteur (l'exemple (264)) :

(263) Bonjour Madame, Eric Suplin, chef de secteur de la société Aquaforté, Pourriez-vous me passer le responsable des achats fourniture s'il vous plait ? (A1 pro)

(264) Bonjours monsieur, vous êtes bien Monsieur Caneau ? (A1 rv)

(265) Je suis Patricia L., je suis chargée de clientèle et spécialisée dans le crédit immobilier. (A1 en)

Concernant les rapports, le discours commence par une référence : *après avoir pris connaissance de ... ; suivants du Code de commerce*, et très souvent avec l'adverbe conformément : ... *conformément aux dispositions de l'article L.225-37 du Code de commerce...* (Voir également l'exemple (261)) :

(266) **Après avoir pris connaissance** de la proposition faite par le Conseil d'administration dans son rapport, de faire racheter par la Société des actions propres, **conformément aux articles L.225-209 et suivants du Code de commerce**, l'assemblée générale, (...), autorise le Conseil d'administration, à procéder à cette opération ... (A4 aut bel)

(267) L'assemblée générale, **après avoir pris connaissance** du rapport du Conseil d'administration, autorisation à acheter par la Société ses propres actions, **conformément aux articles ...** (A10 av sgl)

Dans la correspondance commerciale ou administrative, on commence généralement par la référence à ce qui s'est passé ou par la présentation s'il s'agit d'établir le premier contact.

(268) Nous vous prions de bien vouloir nous expédier les articles, dont les détails vous trouverez ci-dessous ... (A9 de)

(269) Nous avons eu le retour du client, il ne valide pas l'échantillon car il souhaite faire les modifications suivantes ... (A6 c)

(270) Cela fait maintenant longtemps que nous n'avons pas eu l'occasion d'échanger, mais comme j'ai pu le constater sur votre site Internet : XXX continue d'évoluer. (A6 f1)

(271) Ta proposition est effectivement crédible. (A6 f2)

Lorsqu'il s'agit d'une présentation, le discours peut commencer par des expressions telles que *tout d'abord, dans un premier temps, premièrement, je vais vous parler de..., j'étudierai d'abord..., etc.*

2) Pour continuer ou ajouter des idées ou des informations

Pour poursuivre ou ajouter des idées on se sert principalement des connecteurs : *ensuite, puis, dans un second temps, de plus, en outre, alors, aussi, également, par ailleurs, d'un autre côté, or, comme, donc, en effet, à la suite, etc.* Dans l'exemple (261)

nous avons vu déjà le connecteur *également* - *ce rapport présente également les principes et les règles...* (voir également les exemples (272) – (277)) :

(272) **D'autre part**, le partenariat qu'AXA a noué en 2010 avec CARE pour aider les populations vulnérables à mieux se préparer à faire face aux risques climatiques ... (A3 axa)

(273) **En outre**, à l'appui de cette mise en œuvre intégrale, et pour réglementer la mise en place des périodes transitoires, la Commission fournit, dans les six mois suivant l'entrée en vigueur du règlement refondu un programme de travail portant sur la conception et le déploiement de tous les systèmes électroniques nécessaires à la bonne mise en œuvre du règlement. (A4 reg)

(274) **Ainsi**, au cours de l'exercice clos au 31 décembre 2011, le Conseil d'administration s'est réuni sept fois sur les sujets suivants ... (A2 bel)

(275) **Il s'agit également** de diminuer les coûts liés à la multiplication des textes de loi et de diminuer la surenchère sécuritaire. (A10 cr gar)

(276) **En effet**, les marchés financiers étaient très perturbés du fait notamment des incertitudes sur l'évolution de l'économie américaine ... (A2 sg)

(277) **Encore** une année de résultats et cash flow records sur des marchés contrastés ... (A2 sch)

Les connecteurs énumératifs correspondent à une maîtrise de la cohérence et de la cohésion (*aussi, de même, également, et, ou...*), la progression (*de plus, en outre, en plus, encore...*).

3) Pour renforcer des idées ou des informations

Pour renforcer des idées ou des informations les connecteurs le plus souvent utilisées sont : *c'est pourquoi, par ailleurs, de plus, en conséquence, etc.*

(278) **De plus** le conseil fait régulièrement le point sur l'activité de la société. (A2 bel)

(279) **En conséquence**, Le Conseil de Surveillance est favorable à la proposition de vos Gérants de fixer le montant du dividende à 2,10 euros par action. **Par ailleurs**, la Société souhaite renouveler son programme de rachat d'actions (...).

Afin de compléter efficacement cette résolution, une autorisation (...) est **également** sollicitée. (A2 mich)

4) Pour modifier des idées ou des informations

Pour modifier des idées ou des informations les connecteurs le plus souvent utilisés sont : *mais, toutefois, cependant*, etc.

(280) **Mais** ces données sont considérées comme des données techniques appartenant à l'opérateur, et non pas à l'utilisateur. (A10 sgl)

(281) **Toutefois**, à la lumière des différents elles-mêmes évoqués ci-dessus, les opérations de débouclage en question ne sont pas la cause de la dynamique très négative ... (A2 sg)

(282) **Cependant**, les engagements de plus en plus contraignants en matière de réduction des émissions devraient tirer les prix ... (A3 ar)

5) Pour terminer ou conclure le discours

Pour terminer le discours on se sert généralement des connecteurs : *enfin, finalement, en dernière lieu, en définitive, en somme, en conclusion, pour conclure, bref, en résumé, je terminerai par/en disant que...* Dans l'exemple (261) nous avons vu déjà le connecteur *enfin* : **enfin le rapport** indique le Code de gouvernement d'entreprise de référence... (voir également l'exemple (283) à (285)).

(283) **Enfin**, le travail mené conjointement sur les dispositions d'application avec les experts des États membres et les représentants des acteurs économiques a aussi fait ressortir la nécessité d'adapter certaines dispositions du CDM ... (A4 reg)

(284) Le nombre d'actions qui sera **finalement** émis à la fin de la période d'acquisition dépend de l'attente de condition ... (A2 mich)

(285) **En conclusion**

Ces énergies nucléaires et renouvelables répondent toutes à la nécessité de réduire les émissions de CO₂ ... (A3 ar)

Dans la communication orale, on termine habituellement la conversation en laissant la voie ouverte pour à la poursuite de la collaboration ou on fixe immédiatement le rendez-vous pour une prochaine rencontre :

(286) **C'est noté, nous avons donc** rendez-vous le mardi 14 avril à 17h au 22 Boulevard de Beaumarchais sous réserve de confirmation. (A1 pro)

(287) Parfait ! **Je vais donc vous faire** une proposition sur mesure. (A1 pro)

(288) Est-ce que vous serez disponible **la semaine prochaine**? Par exemple **mardi 17h ou jeudi vers 10h**? (A1 rv)

6) La construction de l'argumentation

Comme il était déjà mentionné dans § 3.12, la construction des arguments est très importante dans le discours économique et commercial. Si on prend l'exemple (289), il est possible de voir la structuration des arguments :

(289) **En parcourant** la semaine dernière, la liste de nos abonnées de Paris, nous avons toutes les raisons d'être satisfaits...

En effet, en procédant à une analyse ..., **nous avons constaté que** LE POINT compte les principaux responsables parmi ses lecteurs (...)

Je suis certain que vous vous intéressez à l'actualité française et internationale, aux problèmes économiques. ... LE POINT **également** (...)

Alors comment expliquer le succès du POINT ? (...)

Dans le succès du POINT, il y a **aussi** la manière : (...)

Je pense que vous n'êtes pas de ceux qui se laissent convaincre par une simple lettre (même personnelle). C'est pourquoi je ne vous propose pas de prendre d'emblée un abonnement.

En revanche, je suppose que vous n'êtes pas homme, Monsieur Dupont, à refuser de faire un simple et court essai (...). (A9 ve)

- **La mise en page d'une lettre et d'un rapport**

Les documents de l'entreprise tels que les lettres professionnelles, les rapports, les avis ont une forme bien définie qu'il faut respecter. Dans les tableaux 22 et 23, nous allons présenter des exemples de mise en page d'une lettre et d'un rapport.

Tableau 23: L'exemple de la mise en page d'un rapport (A2 bel)

ACEFI CL
48, avenue du Président-Wilson
75116 Paris
S.A.R.L. au capital de
220.000 €

Commissaire aux Comptes

Membre de la compagnie
régionale de Paris

ERNST & YOUNG Audit
1/2, place des Saisons
92400 Courbevoie - Paris-La
Défense 1
S.A.S. à capital variable
Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Versailles

LE BÉLIER, S.A.

Exercice clos le 31 décembre 2011

Rapport des commissaires aux comptes, établi en application de l'article L. 225-235 du Code de commerce, sur le rapport du président du Conseil d'administration

Tableau 22: L'exemple de la mise en page d'une lettre

Codex d.o.o.
26, rue de la République
11 000 Belgrade
Serbie

Etablissement Medox
5, Rue du roi
1000 Bruxelles
Belgique

Belgrade, le 23 juin 2014

Objet : Facture incorrecte

Monsieur Dupond,

3.14.2. Réalisation de fonctions communicatives

Analyser un acte de langage consiste à rendre compte de l'intention du sujet communicant (JE), et connaître les possibilités d'interprétation (Charaudeau, 1983 :

56,57, v. Sachtleber, 1995). Les fonctions communicatives se réalisent par les *micro-fonctions* et *macro-fonctions*. Les micro-fonctions représentent l'utilisation fonctionnelle d'énoncés simples, telles que :

- **La manière pour suggérer, offrir, donner ou demander les informations**

(290) Ecoutez, je vous propose de faire une démonstration, au début de la semaine prochaine par exemple, et en plus vous pouvez apprécier vous-même la discrétion de notre matériel ? (A1 pro)

(291) Pour toute remarque ou toute information complémentaire, n'hésitez pas à contacter Pia Murgat (pia.murgat@gart.org). (A10 sgl)

(292) Le rapport de leur divulgation au marché a recueilli le dimanche 20 janvier vers 17h00 un accord de principe de la part du secrétaire général de l'AMF, approuvé ensuite par le Président de l'AMF. (A2 sg)

(293) Est-ce que vous serez disponible la semaine prochaine? Par exemple mardi 17h ou jeudi vers 10h? (A1 rv)

(294) On pourrait choisir une date d'ici un mois ? Indiquez-moi une semaine qui vous arrange ? (A1 vn)

(295) J'ai bien reçu votre courrier m'informant que le paiement de votre facture n'était pas effectué. (A9 pro)

- **La manière pour exprimer la certitude, l'intérêt, la volition ou l'accord**

Dans l'exemple (289), il y a plusieurs expressions de la certitude :

- Je **suis certain** que vous vous intéressez à l'actualité française et internationale, aux problèmes économiques.
- ... **nous avons constaté que** LE POINT compte les principaux responsables parmi ses lecteurs ...
- ... **je suppose que** vous n'êtes pas homme, Monsieur Dupont, à refuser de faire un simple et court essai.

(296) Par conséquent, aucune perte de valeur n'est à **constater** au 30 juin 2012 ... (A2 dan)

(297) **Je veux bien** remettre les anciennes dimensions, mais nous avons acté... (A6 c)

(298) D. **propose** de nous faire 50% sur la marchandise avec un remboursement en 8 fois ! **Je veux bien** vous dépanner en les gardant, mais autant être honnête nous n'en avons pas besoin. Cela induit une immobilisation de stock et financière, **donc soit vous nous faites** 50 % immédiatement et **on fait une offre** promotionnelle pour s'en débarrasser rapidement, **soit je vous laisse venir** les récupérer. (A6 f1)

(299) **Veux-tu** que nous demandions au client de nous retourner la trousse ? (A6 f2)

(300) Pour le UNxxxx, **le client est ok** pour décaler le délai à la S50. (A6 c)

Les expressions de la certitude combinées avec les arguments s'utilisent dans la persuasion, comme dans l'exemple (289). Voici quelques autres expressions : *Je suis bien d'accord avec vous...* ; *il est certain que* ; *il est évident que* ; *Il est vrai que vous avez raison...* ; *Selon moi* ; *à mon avis* ; *je suis persuadé que...* ; *Pouvez-vous me proposer une solution...*

- **La manière pour exprimer le désaccord ou pour interrompre une communication**

(301) Ecoutez, je n'ai vraiment pas le temps là, envoyez nous plutôt une documentation! (A1 pro)

(302) Attendez, envoyez-moi d'abord votre proposition chiffrée et nous prendrons rendez-vous en fonction de ce que nous recevrons. (A1 pro)

(303) En revanche, nous sommes en rupture sur le violet, j'ai besoin d'avoir au plus vite la marchandise. Redites-moi rapidement sous combien de temps nous pouvons la recevoir sur Sofia !? Nous sommes déjà en rupture, il faut donc au plus vite fabriquer et nous l'envoyer par avion. (A6 f1)

(304) Je n'ai pas prévu de mettre la couleur orange à l'intérieur. (A6 c)

Les autres expressions pour exprimer le désaccord: *Je vous accord que vous avez raison, mais... ; Je suis désolé, mais... ; Je voudrais juste dire... ; Est-ce que je peux dire moi aussi quelque chose... ; J'admets que vous avez raison, mais...*

- **La manière pour établir les relations sociales saluer, s'adresser**

(305) Bonjour, ici Olivier Jacob! Vous vous souvenez? (A1 rv)

(306) Bonjour Madame ! Vous êtes bien l'assistante de Monsieur Torne ? (A1 pro)

(307) Vous auriez quelques instants à m'accorder ? (A1 vn)

(308) La rentrée, avec sa perspective d'événements importants, est un bon moment pour tester notre journal. Ne le croyez-vous pas ? (A9 ve)

Les macro-fonctions comprennent les catégories qui définissent l'utilisation fonctionnelle de discours contenant une suite des phrases, telle que : la description, les commentaires, l'exposé, l'explication, la démonstration, l'argumentation, la persuasion, etc.

3.15. Conclusion

Cette partie est la partie principale de notre thèse, dans laquelle nous avons analysé le discours économique et commercial et présenté les résultats de l'analyse. Tout d'abord, nous avons démontré l'importance des DA dans l'apprentissage/enseignement des langues étrangères. Ensuite, nous avons indiqué plusieurs pistes où il est possible de se procurer les DA. La constitution du corpus des DA issus des entreprises françaises posait certains problèmes. Le plus grand d'entre eux est que les entreprises françaises en Serbie se servent en principe de la langue anglaise dans leur communication professionnelle. Les documents qui existent en français sont habituellement de haute confidentialité puisqu'il s'agit des documents qui circulent aux plus hauts niveaux de l'entreprise. Les autres problèmes de la constitution du corpus étaient : l'éloignement du

milieu professionnel, la longueur des documents, la complexité discursive et linguistique, etc.

Pour la constitution du corpus, nous sommes partis du principe, selon lequel un enseignant du FOS/FS, lorsqu'il doit recueillir le matériel pédagogique d'un certain domaine, d'une entreprise ou d'une institution, il commencerait en regardant ce qui existe déjà sur Internet. Dès lors, notre corpus est basé principalement sur les documents qui se trouvent sur Internet et qui sont issus des entreprises françaises déjà installées en Serbie ou des entreprises qui ont des contacts professionnels avec la Serbie. Les documents sont classés par genres, d'abord dans deux grandes catégories : oraux et écrits et ensuite par sous-genres. Les documents sont constitués principalement des différentes sortes de rapports, de missions et de stratégies exposés sur les sites web de ces entreprises, ainsi que des enregistrements de la communication professionnelle et des négociations disponibles sur Internet. Pour l'analyse du discours, nous avons principalement utilisé comme cadre théorique l'analyse textuelle de J.-M. Adam et *La grammaire du sens* de P. Charaudeau. L'analyse du discours est faite en plusieurs étapes et à plusieurs niveaux.

Les temps dominants du discours sont le présent d'énonciation et le passé composé, qui ont des valeurs de vérité générale et d'actualité. Lorsqu'il s'agit de rapports et de stratégies, les phrases sont complexes et souvent longues, avec de nombreux déterminants et de nombreuses subordinations. Par contre, dans le discours oral, les phrases sont courtes, souvent interrogatives et exclamatives. Nous pouvons remarquer aussi une forte présence de tournures passives, de participes présents et d'expressions de cause et de conséquence.

L'analyse lexicale a montré que le discours économique et commercial se caractérise par l'utilisation d'un lexique, tout d'abord appréciatif, lié au domaine de la finance, de l'économie et de la gestion, de mots composés et d'un grand nombre d'adverbes de manière, de sigles et d'anglicismes. Ce genre de discours se caractérise aussi par une forte occurrence de nombres et d'expressions de quantité.

L'analyse sociolinguistique a montré la manière dont s'utilisent dans le discours certains marqueurs des relations sociales, ainsi que les différents registres et les règles de politesse et de comportement. Concernant l'aspect interculturel, la culture serbe et la culture française sont assez similaires (les deux nations sont polychromes, assez hiérarchiques, etc.), mais il y a aussi des différences importantes, en particulier dans le niveau de vie.

L'analyse pragmatique du discours a souligné les éléments discursifs les plus fréquents, la structuration des phrases, ainsi que la manière dont le discours est organisé. Cette analyse a montré également les types de fonctions communicatives le plus souvent utilisés et leur réalisation.

L'analyse du discours dans notre corpus représente une base des éléments linguistiques, pragmatiques et sociolinguistiques qui pourront ensuite s'appliquer dans la didactique de la langue française, ce qui fera l'objet de la partie suivante de cette thèse.

4. QUATRIEME PARTIE:

IMPLICATION DES RESULTATS OBTENUS DANS LA DIDACTIQUE DU FRANÇAIS

4.1. Introduction

Dans cette partie nous allons présenter la manière dont les résultats de l'analyse du discours économique et commerciale pourraient être impliqués dans la didactique de la langue française. Tout d'abord, nous allons définir les objectifs et les stratégies pédagogiques de l'apprentissage/enseignement du FOS/FS en Serbie en tenant compte des besoins langagiers des apprenants, des institutions et de la société.

Pour l'élaboration didactique nous nous appuyons principalement sur les conseils offerts par le *Cadre européen commun de référence pour les langues* (CECR). Le CECR représente un outil de base pour la constitution des programmes didactiques qui peuvent s'appliquer également dans la démarche du FOS/FS. La didactique du FOS/FS, ainsi que CECR encouragent la perspective actionnelle qui repose sur plusieurs approches : l'approche communicative, l'approche par les compétences et l'approche par les tâches. En fonction des résultats obtenus par l'analyse du discours, nous proposerons des tâches et des exercices qui pourront améliorer les compétences des apprenants. Les tâches sont authentiques, provenant de la vie professionnelle réelle et répondant aux besoins des apprenants et des institutions.

L'approche par compétences est une forme concrétisée de l'approche communicative. Concernant les compétences, le CECR distingue les compétences générales individuelles et les compétences communicatives langagières. Les compétences générales individuelles comprennent :

- le savoir,
- le savoir-faire,
- le savoir-être,
- le savoir-apprendre.

Selon le CECR, les compétences communicatives langagières comprennent :

- les compétences linguistiques,
- les compétences sociolinguistiques,
- les compétences pragmatiques.

Les compétences linguistiques se réfèrent aux connaissances et aux compétences grammaticales, sémantiques, phonologiques, orthographiques et lexicales. Dans cette thèse, nous accorderons l'attention principalement sur les compétences sémantiques et lexicales. Les théories de la sémantique lexicale peuvent être impliquées pour la mémorisation du vocabulaire spécifique, mais aussi pour l'analyse sémantique du discours spécialisé. Les apprenants du FOS ou du FS doivent être conscients des champs lexicaux, de la polysémie et des relations inter-lexicales des mots spécialisés. Ils doivent également savoir correctement utiliser la terminologie et les dictionnaires spécialisés.

À part les compétences linguistiques, l'acquisition des compétences sociolinguistiques est également nécessaire. L'aspect interculturel joue un rôle très important dans la communication professionnelle, principalement dans les relations économiques internationales. La compétence interculturelle permet la compréhension de la culture du partenaire professionnel et ainsi elle permet la plus facile et plus efficace coopération. Les paramètres socioculturels sont présents dans l'usage quotidien de la langue, mais aussi dans la réalisation des contacts commerciaux et professionnels. Les compétences sociolinguistiques comprennent :

- les marqueurs des relations sociales,
- les règles de politesse,
- les expressions de sagesse populaire,
- les différences de registre de dialecte et d'accent.

La compétence pragmatique recouvre l'utilisation fonctionnelle de la langue. Pour une communication professionnelle réussie, les apprenants doivent avoir la capacité de gérer les interactions de la vie professionnelle et ils doivent savoir utiliser la langue en fonction de leurs besoins et en fonction de la situation de communication. Les compétences pragmatiques comprennent :

- la compétence discursive,
- la compétence fonctionnelle.

Enfin, nous présentons quelques moyens pour l'évaluation des connaissances des apprenants, ainsi que les organismes autorisés pour la délivrance des certificats du français professionnel.

4.2. Objectifs et stratégies pédagogiques

Après la collecte et l'analyse des données, il est possible de passer à l'élaboration didactique. Selon la constatation de Moulhrons-Dallies (2008 : 199) :

« Après analyse de ces discours, l'enseignant pourra entrer dans une phase de didactisation, sur l'objectifs pointus. L'analyse des besoins constitue donc, en didactique des langues, le soubassement principal de la construction du programme. Elle s'inscrit comme un préalable à la conception de modules, sans exclure toutefois la possibilité de réajustements en cours de route. »

Dans l'enseignement/apprentissage des langues à public adulte (à l'université ou déjà professionnel) les objectifs sont formés « en termes d'activités langagières spécifiques ou de capacité fonctionnelle » (Robert et Rosen, 2010 : 201). Le CECR associe les objectifs à :

- 1) la politique linguistique – dans le domaine des langues vivantes ;
- 2) la communication – les objectifs communicatifs ;
- 3) l'éducation, l'enseignement et l'apprentissage -
 - a) en termes de développement des compétences générales individuelles de l'apprenant en visant à développer chez lui des savoirs : savoir-faire, savoir-être, savoir-apprendre et savoir agir ;
 - b) en termes d'extension et de diversification de la compétence à communiquer langagièrément ;
 - c) en termes de meilleur réalisations des activités langagières ;

- d) en termes d'insertion professionnelle optimale dans un domaine particulier ;
- e) en termes d'enrichissement (diversification) des stratégies ou en accomplissement de tâches.

Sous l'influence des théories cognitives de l'apprentissage, la stratégie est devenue un concept répandu dans le domaine de l'acquisition des langues étrangères dans le contexte social et culturel (Cyr, 1998). L'approche cognitive d'apprentissage des langues traite les apprenants comme des participants actifs dans le processus d'apprentissage. La stratégie se réfère à la planification, l'organisation, l'exécution des tâches et enfin l'évaluation. Cependant, les stratégies des apprenants et les stratégies de l'enseignant ne coïncident pas toujours. Pour harmoniser ces stratégies, Robert et al (2011 : 44) proposent divers projets pour l'organisation des cours :

- un projet d'apprentissage – doit répondre aux objectifs, besoins, attentes et intérêts des apprenants ;
- un projet d'enseignement – doit prendre en compte : instructions du Ministère de l'éducation, manuel proposé, planification des tâches et évaluations régulières ;
- un projet pédagogique – doit être ponctuel et d'une durée variable.

Conformément aux objectifs et aux stratégies, l'enseignant élabore son contenu didactique qui doit s'adresser à un public déterminé :

« Les contenus dépendent d'abord des apprenants, de leurs cultures, de leurs centres d'intérêts, paramètres qui influent profondément sur leur *représentation du monde*, représentation qui regroupe leurs connaissances empiriques et académiques. » (Robert et al., 2011 : 65)

Dans la didactique de FLE en Serbie, il faudrait appliquer ces différentes stratégies d'enseignement et prendre en compte le contexte et les cultures éducatives des apprenants (v. Robert, 2009). L'élaboration didactique du FOS ou du FS n'est pas dans une large mesure différente de celle du FLE. La formation des exercices et des tâches est la même, et ce qui change, ce sont l'objectif et le contenu (Mangiante et Parpette, 2004 :

79; Carras et al., 2007 : 39-42). Les outils pour la définition des objectifs et des stratégies, ainsi que les outils pour l'élaboration didactique sont présentés dans le manuel de CECR.

4.3. Implication du CECR dans la démarche du FOS

Parmi les outils qui ont contribué à l'évolution de la didactique du français, il faut marquer principalement : le français fondamental, le niveau seuil et surtout le CECR. Le CECR est « un outil murement réfléchi, qui s'appuie sur un travail de recherche et qui a été l'objet d'un long processus d'élaboration » (Rosen et Reinhardt, 2010 : 9). Il représente une base commune pour l'élaboration des programmes, des manuels, des références et de l'évaluation de la connaissance des langues en Europe. Pour J.-J. Richer, le CECR est l'émergence d'une nouvelle pragmatique de la didactique. C'est un outil qui permet la concrétisation des concepts de la « compétence à communiquer langagièrement » et la « perspective actionnelle » sur le plan méthodologique. Ces concepts sont relevés du monde du travail :

« Dans le monde du travail, le terme *compétence* insiste sur l'action, les savoir – faire / savoir – être, transversaux, collectifs, sur les facultés réflexives plutôt que sur des savoirs. Transporte au monde de l'éducation, le terme *compétence* signale ce même changement de focalisation des contenus vers savoir-faire. » (Richer, 2008a : 36-38)

Le Cadre est aussi un instrument idéal pour la comparabilité internationale des résultats de l'évaluation. Il fournit une base pour la reconnaissance mutuelle des qualifications en langues et il permet de définir les objectifs à atteindre lors de l'apprentissage et de l'enseignement d'une langue (Tagliante, 2006b). Les propositions du CECR peuvent s'impliquer aussi dans l'élaboration didactique du FOS/FS sur plusieurs points, tels que la détermination des compétences langagières, l'élaboration du questionnaire pour l'analyse des besoins langagiers des apprenants, l'évaluation du niveau des compétences langagières, etc. (Carras et al, 2007 : 47 ; Mangiante et Parpette,

2004 : 37). En outre, le CECR mentionne les catégories situationnelles classées, selon les domaines d'activité. Pour le domaine professionnel, le CECR propose quelques contextes externes d'usage du langage (voir le tableau 24).

Dans chaque domaine d'activité, il est possible de distinguer : *lieux, institutions ou entreprises, personnes, objets, événements, actes et textes*. Il faut souligner qu'il ne s'agit que des exemples et des suggestions et non pas de la somme de toutes les

Tableau 24 : Les contextes externes d'usage pour le domaine professionnel

Lieux	Bureaux, usines, ateliers, portes, gares, ferme, aéroports, magasins, boutiques, société de services, hôtels, fonctions publics, etc.
Institutions	Entreprises (de la fonction publique, multinationales, nationales), syndicats, etc.
Personnes	Employeurs/employés, directeurs, collègues, subordonnes, consommateurs, réceptionnistes, secrétaires, personnel d'entretien, etc.
Objets	Machines de bureau (bureautique), machines industrielles, outils industriels, artisanaux, etc.
Evénements	Réunions, interviews, réceptions, congrès, foires commerciales, consultations, ventes saisonnières, accidents du travail, conflits sociaux
Actes	Administration des affaires, gestion industrielle, opérations de production, procédure administratives, transport par route, opérations de vente, commercialisation applications informatiques, entretien des bureaux, etc.
Textes	Lettre d'affaires, note de transport, consignes de sécurité, mode d'emploi, règlement, matériel publicitaire, étiquetage et emballage, description de fonction signalisation, carte de visites, etc.

Source : Conseil d'Europe, 2000 : 43

situations de la communication professionnelle. Chaque enseignant devrait, conformément aux besoins, définir les contextes externes d'enseignement. Exemple, on pourrait situer l'apprenant à la place d'un employé de bureau d'une entreprise agroalimentaire, lui donner comme tâche la préparation de matériel publicitaire à l'occasion d'une foire commerciale qui se tiendrait le mois prochain à Novi Sad. La constitution de cette tâche se réfère à l'approche ou perspective actionnelle.

4.4. Perspective actionnelle et l'enseignement par tâches

Une perspective actionnelle (ou une approche actionnelle) de l'apprentissage/enseignement des langues étrangères repose avant tout sur l'action. Apprendre des langues dans la perspective actionnelle signifie « que c'est à travers l'usage que se fait l'apprentissage » (Bourguignon, 2009 : 59). Cette approche se base sur la réalisation des tâches dans un contexte concret de la situation de la communication. Elle comprend l'adaptation aux circonstances et aux environnements donnés dans un domaine professionnel particulier. Selon Rosen et Reinhardt (2010 : 18-29) la perspective actionnelle repose sur trois clés principes :

- 1) La prise en compte de l'action dans sa totalité, ce qui comprend l'articulation des activités langagières avec des activités non-langagières. Tandis que l'approche communicative exige un effort d'imagination de l'apprenant, l'approche actionnelle place l'apprenant en milieu de l'action. Carras et ses collaborateurs (2007 : 21) constatent : « Approche actionnelle considère les apprenants comme des acteurs sociaux ayant à accomplir des tâches dans un environnement donné, et dans un domaine d'action particulier ».
- 2) Permettre aux apprenants de développer leurs compétences tant linguistiques que pragmatiques et sociolinguistiques. Cela signifie que l'enseignant doit mettre les scénarios où l'apprenant jouera un rôle (Par exemple, mettre l'accent sur l'argumentation, sur la simulation fonctionnelle, faire de la classe une entreprise avec les employés les contrats, les stratégies, les objectifs, etc.).
- 3) Mettre en place la perspective actionnelle par la pédagogie du projet (par exemple, le projet de création d'un site web de présentation d'une entreprise).

L'approche actionnelle se réfère au savoir-faire en termes d'activités langagières et non pas en termes de maîtrises des formes linguistiques (Carras et al., 2007 : 47). S'il s'agit des apprenants en cours de formation, il faut reproduire artificiellement une situation réelle de travail et les mettre en milieu d'action. Les manuels tels que *En Entreprise*, *Français.com*, *Affaire.com*, *Objectif Express*, *Pour parler affaires* se basent

sur l'approche actionnelle et la méthode pragmatique. Ces méthodes proposent aux apprenants des situations professionnelles¹¹² et les tâches à réaliser proches de l'authentique. La perspective actionnelle n'initie pas seulement les apprenants à communiquer, mais aussi à agir sur l'autre. Le savoir d'agir peut se développer par : formation, entraînement, analyse des pratiques professionnelles, mise en situation professionnelle et parcours professionnels (Le Boterf, 2000 : 46 ; 2011 : 226). Pour savoir agir et réagir dans une situation de travail, selon Le Boterf (Ibidem, 29), un apprenant doit être capable :

- de mettre en œuvre des pratiques professionnelles par rapport à la situation professionnelle ;
- mobiliser des combinaisons appropriées des ressources propres à la personne et à son environnement ;
- atteindre des résultats attendus pour un destinataire ;
- répondre à des enjeux.

L'un des objectifs les plus importants dans l'enseignement des langues est le développement des compétences communicatives comme elles le sont dans la vie réelle (Rivenc, 2003 : 181). Pour pouvoir constituer les tâches et les activités pour le traitement des situations communicatives dans lesquelles les apprenants pourront se retrouver, il faut prendre en considération un certain nombre de compétences (Conseil d'Europe, 2000 : 82 ; Alliance Française, 2008). La perspective actionnelle prend à son compte plusieurs approches : l'approche communicative, l'approche par compétences et l'approche par les tâches (Rosen et Reinhardt, 2010 : 122).

L'enseignement par tâches (*Task Based Learning*) apparaît dans les années 1980 et représente un travail important dans la didactique des langues étrangères. Le CECR consacre le chapitre entier (le chapitre 7) au rôle des tâches dans l'enseignement/apprentissage des langues étrangères.

¹¹²Le Boterf (2011 : 246) définit la situation professionnelle comme « un ensemble de missions et d'activités techniques, humaines, organisationnelles que la personne assure non seulement dans son propre poste de travail, mais aussi en relation avec les autres personnes, les autres postes et la structure institutionnelle dans son ensemble. »

« Les tâches ou activités sont l'un des faits courants de la vie quotidienne dans les domaines personnel, public, éducationnel et professionnel. L'exécution d'une tâche par un individu suppose la mise en œuvre stratégique de compétences données, afin de mener à bien un ensemble d'actions finalisées dans un certain domaine, avec un but défini et un produit particulier. (...) La communication fait partie intégrante des tâches dans lesquelles les participants s'engagent en interaction, réception, production, compréhension ou médiation ou une combinaison de deux ou plus de ces activités... » (Conseil d'Europe, 2000 : 121)

Cette approche consiste que les apprenants ont les tâches à réaliser dans un domaine particulier. Avec une tâche, il est possible de développer plusieurs compétences langagières (voir le tableau 25). Toute forme d'usage et d'apprentissage d'une langue se définit :

« ...comme tâche toute visée actionnelle que l'acteur se représente comme devant parvenir à un résultat donné en fonction d'un problème à résoudre, d'une obligation à remplir, d'un but qu'on s'est fixés. » (Conseil d'Europe, 2000 : 16)

La perspective actionnelle est une approche pragmatique et éclectique qui se base sur la mise en œuvre des contenus linguistiques. Elle consiste à l'accomplissement des tâches dans les circonstances et environnement données, c'est-à-dire à mettre l'apprenant en situation authentique de communication (Robert et al., 2011 : 97). Les tâches peuvent relever des différents domaines : personnel, public, éducationnel et professionnel et ils ne sont jamais purement langagiers.

« La tâche à accomplir et la forme de l'exercice sont donc complémentaires, en lien directe avec le domaine de spécialité concerné et les compétences communicatives qu'il implique. » (Carras et al., 2007 : 42)

Tableau 25 : Le développement des compétences par rapport aux tâches

Tâches	Contenu linguistique	Contenu pragmatique	Contenu sociolinguistique
Prendre un rendez-vous	Futur proche, phrases interrogatives	Fonctionnement de la conversation, faire suggérer, savoir-faire prendre la parole	Règles de politesse, horaires et habitudes de travail, règles de politesse
Écrire une lettre d'affaire	Présent, passif, propositions	Mise en page, être en accord ou en désaccord,	Marqueurs des relations sociales, formules d'appel
Organiser une vente ou un achat à l'étranger	Participe présent, phrases exclamatives	Savoir-faire une présentation, faire suggérer	Aspect interculturel, connaissances des habitudes et des croyances
Faire une négociation commerciale	Conditionnel, relations logiques, phrases nominales	Connaissance de la construction d'une argumentation, interrompre l'interlocuteur	Aspect interculturel
Écrire un rapport	Expressions du temps, adverbes de manière, passif	Structurer et faire le plan du texte, donner et demander des informations	Marqueurs des relations sociales

Pour l'exécution des tâches il faut prendre en compte les compétences de l'apprenant, les conditions et contraintes propres à la tâche et aux stratégies (Robert, 2008 : 194). Les compétences et les caractéristiques de l'apprenant dépendent des facteurs cognitifs, affectifs et linguistiques. Par ailleurs, les conditions et les contraintes des tâches sont relatives à l'interaction et la production d'un côté, et la réception de l'autre côté. Le CECR distingue cinq types de tâches (voir Robert et Rosen, 2010 : 273) :

- *Les tâches authentiques de la vie réelle* – par exemple, en communication professionnelle, la tâche d'écrire une lettre d'offre ;
- *Les tâches « cibles », « de reprises » ou « proches de la vie réelle »* - en fonction des besoins de l'apprenant hors contexte d'apprentissage ;

- *Les tâches pédagogiques communicatives* – les tâches interactives comme le jeu de rôle ou la simulation globale. Par exemple, préparer une conférence ou une présentation à un entretien d'embauche ;
- *Les tâches de pré-communication pédagogique* – les exercices de la grammaire ou du vocabulaire ;
- *Les tâches « méta-communicatives »* - la réflexion sur la réalisation de la tâche.

Le Boterf (2011 : 263) présente les exemples de la gradation des compétences dans la maîtrise d'une langue étrangère :

- établir un contact avec des formules clés, sans maîtriser des structures grammaticales ;
- répondre au téléphone avec des formules clés et orienter l'interlocuteur ;
- comprendre une conversation courante ou professionnelle ;
- rédiger une lettre professionnelle simple ;
- comprendre une brochure technique ;
- tenir une conversation courante ou professionnelle ;
- rédaction des lettres professionnelles et des comptes rendus ;
- conduire une conférence ou un débat ;
- négocier un contrat.

L'enseignement du FOS/FS s'appuie sur l'approche actionnelle et sur la réalisation des tâches professionnelles ou quotidiennes. Richer (2008b) dénomme même la démarche du FOS comme « une didactique du langage et de l'action ». Mourlhon-Dallies (2008 : 65) constate aussi que la tâche en matière d'enseignement du FOS est « davantage axée sur la production de discours oraux et/ou écrits conformes aux discours professionnels en circulation ». La proposition d'une tâche selon Challe (2002 : 58) signifie d'une façon « d'associer le travail sur la langue, le sens et la cohérence avec le domaine ». Nous présenterons quelques moyens pour inclure les apprenants dans les situations réelles de communication :

Etude de cas – l'objectif est de pousser les apprenants dans la situation de communication réelle. Dans les manuels d'apprentissage des langues, les études de cas se trouvent en général après chaque leçon. Par exemple :

- écrire une lettre en expliquant qu'il y a un problème de réception de la commande ;
- organiser un speed networking ;
- lancer et répondre à une procédure d'appel d'offre ;
- préparer un salon professionnel ;
- organiser un séminaire d'entreprise ;
- etc.

Simulation globale – la simulation globale est très souvent présente dans la didactique des langues de spécialité (Bally-Wehrle, 2003). En FOS, elle permet le rapprochement de la réalité des tâches, « la mise en relation de la pratique en milieu professionnel et des objectifs linguistiques et communicatifs du programme de formation » (Carras et al., 2007 : 42). Pour entreprendre une simulation globale, selon Yaiche (1996 : 10,11), il est nécessaire de :

- Construire un « lieu - thème », ce qu'il consiste « à faire débarquer imaginaire » des apprenants « sur un lieu qui fonctionne comme un milieu et comme un thème », par exemple, une entreprise ;
- Construire des identités fictives, ce qu'il consiste à prendre l'identité d'un personnage imaginaire qui vit ailleurs.

« Les simulations globales fonctionnelles – dites aussi sur objectifs spécifiques – sont assez proches des simulations professionnelles » et elles se réfèrent à un métier ou une profession particulière (Ibidem, 1996 : 53). L'objectif est une production collective et l'orientation vers la réalisation des tâches. Quelques manuels de simulation globale :

- Bombardieri, Brochand, Henry : *L'entreprise*
- Cali, Cheval-Mülner, Zabandi : *La conférence internationale*, etc.

Yaiche (1996 : 57-59) présente un canevas d'invention dont le lieu - thème est l'entreprise en cinq phases :

- 1) établir le lieu, le cadre : identité de l'entreprise, choix de lieu de l'implémentation, l'entreprise face à la conjoncture et face à la concurrence ;
- 2) établir les identités du personnel de l'entreprise ;
- 3) interactions ;
- 4) traces écrites ;
- 5) événements et incidents.

Une tâche n'exclut pas l'exercice. Dans la didactique des langues étrangères, il faut maîtriser « les ressources nécessaires pour la réalisation de la tâche », alors que l'exercice se considère « comme une activité qui vise l'acquisition, l'installation, l'automatisation d'une ressource ». Pour établir une liaison entre ces deux notions, il est nécessaire de déterminer les ressources, les outils, les savoirs et les savoir-faire pour la réalisation de la tâche (Denyer, 2009 : 151).

4.5. Compétences communicatives

L'intérêt pour les compétences de communication existe déjà quelques quarantaines d'années, depuis les études de D. Hymes et puis ensuite de D. Coste, M. Canale et M. Swain, S. Moirand, etc. La notion de compétence de communication a été introduite par Hymes comme la réaction à la linguistique générative transformationnelle de N. Chomsky (1971 (1965) ; 1969 (1957)). Dans les années 1980, la notion des compétences a commencé à apparaître aussi dans les entreprises. Pour Barreyre et ses collaborateurs (2006 : 136) « *être comptent* » signifie :

« ...être capable d'agir avec pertinence et compétence dans une situation de travail (activité à réaliser, événement auquel il faut faire face, problème à résoudre, projet à réaliser...). C'est mettre en œuvre une pratique professionnelle pertinente tout en mobilisant une combinatoire appropriée de ressources (savoirs, savoir-faire, comportements, modes de raisonnement...). »

Aujourd'hui la notion de la compétence s'utilise pour la définition presque de chaque poste de travail (Zarifian, 2001 : 15 ; Champy et al., 2005 : 198 ; Fleming, 2010 : 8). Ferrari (2007) propose la réflexion à de nouveaux repères qui permettront de situer la compétence communicative en contexte professionnel. Les compétences peuvent être très différentes : étroites, larges ou encore plus larges, telles que savoir mener et animer une réunion, faire la présentation, savoir argumenter, savoir persuader, etc. P. Charaudeau (2000) fait la distinction entre la *compétence situationnelle*, la *compétence discursive* et la *compétence sémiolinguistique*, alors que le CECR distingue deux principaux types de compétences :

- 1) Compétences générales individuelles ;
- 2) Compétences communicatives langagières.

1) Compétences générales individuelles

Les compétences générales individuelles de l'apprenant comprennent :

- *Savoir* (savoir déclarative) – savoir de la culture générale, savoir socioculturel, la prise de conscience interculturelle, etc. (v. Rosen et Reinhardt, 2010 : 36).
- *Savoir-faire* (savoir procédural) et les aptitudes ou compétences cognitivo – discursives :
 - Les aptitudes pratiques – les aptitudes de la vie quotidienne, les aptitudes techniques et professionnels ;
 - Les aptitudes et savoir-faire interculturels – établir une relation entre les cultures, capacité de jouer le rôle d'intermédiaire, gérer les malentendus et les conflits culturels, capacité de surmonter les stéréotypes. « Communiquer ne présuppose pas seulement l'existence de connaissances, mais également de savoir-faire. » (Vion, 2000 : 88)
- *Savoir être* – les traits de personnalité, les dispositions individuelles, l'image de soi et des autres (Robert et Rosen, 2010 : 246-247). Cela recouvre :
 - les attitudes – l'intérêt pour les nouvelles expériences, la volonté de relativiser son point de vue par rapport aux autres systèmes de valeurs culturels ;

- les motivations – internes/externes, instrumentales/intégratives, désir de communiquer ;
 - les valeurs et les croyances ;
 - les styles cognitifs ;
 - les traits de la personnalité – avoir de la confiance en soi, être bavard/silencieux, etc.
- *Savoir apprendre* – la capacité à observer les nouvelles expériences et la compréhension des principes selon lesquels les langues fonctionnent.

Aujourd'hui, les compétences communicatives sont recherchées pour la majorité de poste de travail, ce qu'il est possible de voir dans un grand nombre d'offres du travail.

« La prise de conscience du fait que la communication devenait une composante essentielle du travail – au point que l'on puisse affirmer : *travailler c'est au moins partiellement, communiquer* – est venue du constat suivant : la qualité des interactions est désormais centrale pour améliorer la performance des organisations. » (Zarifian, 2001 : 40)

La CCIP a élaboré les référentiels de compétences générales nécessaires pour l'obtention des certifications de français des affaires et des professions (Mangiante, 2007b : 134). G. Le Boterf (2011, 36-43) également offre une vision des métiers sous l'angle des compétences globales, nécessaires à l'exercice d'une tâche professionnelle.

2) Compétence communicative langagière

La compétence communicative langagière représente la base dans la didactique des langues étrangères.

« Une modélisation de ces composantes de la compétence à communiquer langagièrement constitue cependant un cadre d'organisation didactique absolument nécessaire aux enseignements de langues et à leur évaluation, puisqu'elle permettra de « redescendre » vers des objectifs d'enseignement, des formes d'activités, des relations entre ces activités. » (Beacco et al., 2007 : 76)

Il existe encore de nombreux inventaires des éléments constitutifs des compétences à communiquer langagièrement. Pour Galisson (1993 : 300), cinq grandes conceptions de la langue paraissent dans chaque méthode : formelle, pragmatique, sémantique, expressive et interactionniste. En outre, Beacco (2007 : 78-84) décrit plusieurs modèles didactiques de la compétence communicative :

- le modèle vivace, mais non communicatif des quatre compétences (parler, lire, écrire et écouter) ;
- la structuration standard des modèles communicatifs : composante linguistique, composante sociolinguistique et composante stratégique de nature cognitive ;
- les objectifs globaux qui préfigurent le CECR, proposent le modèle constitué des composantes suivantes : sociolinguistique, socioculturelle, discursive et pragmatique ;
- le modèle de composantes de la compétence à communiquer langagièrement proposé par CECR.

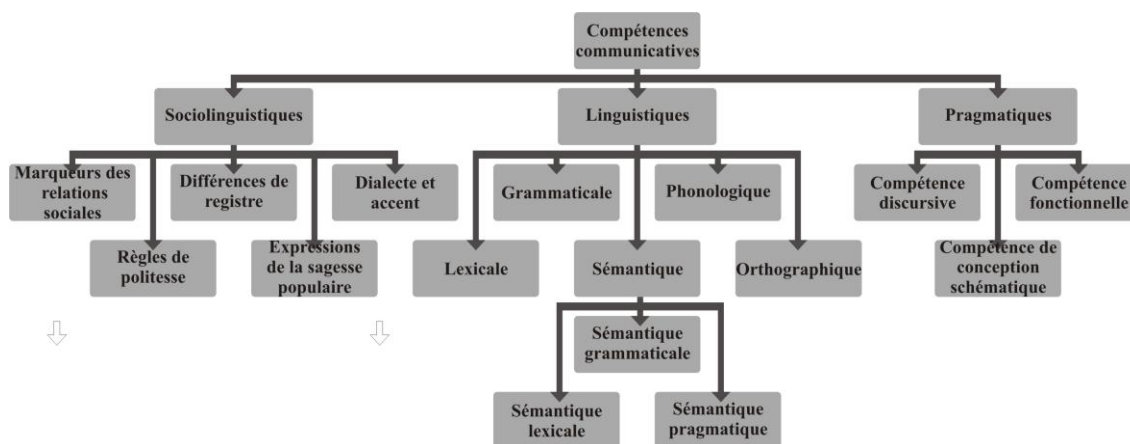


Schéma 12 : Les compétences communicatives langagières

Pour la définition des compétences communicatives langagières, nous nous appuyons principalement sur les conseils offerts par le CECR (voir le schéma 12). Selon le CECR (Conseil de l'Europe, 2000 : 17, 86), les compétences communicatives générales comprennent :

- Compétences linguistiques,
- Compétences socioculturelles,
- Compétences pragmatiques.

4.6. Compétence linguistique

La compétence linguistique comprend la connaissance d'un système de règles qui décrit la façon dont la langue est définie dans une communauté de locuteurs. En effet, les performances linguistiques et la compétence communicative sont des concepts liés à la compétence linguistique. Cette compétence se réfère à la langue telle qu'elle s'utilise réellement plutôt qu'à une construction idéale. Selon CECR (Conseil de l'Europe, 2000 : 87) la compétence linguistique se réfère aux connaissances et compétences :

- grammaticales,
- sémantiques,
- phonologiques,
- orthographiques,
- lexicales.

Le changement actuel dans l'économie mondialisée a conduit le Centre de Langue de la CCIP à concevoir un projet de référentiel de compétences linguistiques du monde professionnel (Mangiante, 2007b : 135). Les apprenants du FOS/FS devraient avoir la conscience des phénomènes linguistiques pour pouvoir les mettre en pratique dans les situations de communication. Pourtant, il convient de leur montrer les façons dont ils peuvent apprendre la langue, au lieu d'accumuler simplement des connaissances théoriques (v. Gaonac'h, 1991 : 150).

Le système de la langue est une grande complexité et il n'est jamais complètement maîtrisé par aucun de ses utilisateurs. Pour la didactique du FOS/FS, parmi les compétences linguistiques, il est avant tout important d'avoir les compétences sémantiques et lexicales, sauf si l'analyse des besoins langagiers n'exagère le contraire. C'est la raison pour laquelle nous avons mis l'accent avant tout sur les compétences sémantiques et lexicales, ainsi que sur la compétence grammaticale liée aux éléments les plus courants dans le discours économique et commercial.

4.6.1. Compétence grammaticale

La compétence grammaticale désigne « la capacité de comprendre et d'exprimer du sens en produisant et en reconnaissant des phrases bien formées selon ces principes et non de les mémoriser et de les reproduire comme des formules toutes faites » (Conseil de l'Europe, 2000 : 89). Le CECR se contente d'identifier des paramètres et des catégories pour la description grammaticale. L'analyse du discours de notre corpus a montré que les paramètres et les catégories qui apparaissent assez souvent sont :

- Les éléments : les affixes des adverbes en *-ment* et la formation de négation avec les affixes *-dé, -a, -in* (voir §3.6) ;
- Les catégories aspect : une forte présence du passif et le temps le plus fréquent est le présent d'énonciation (voir §3.7) ;
- Les structures : les phrases complexes avec beaucoup des propositions de cause, de conséquence, de concession et de comparaison (voir §3.11) ;
- Les processus : la nominalisation et l'affixation (voir §3.9).

Alors, les exercices suivants pourront correspondre le mieux à ces éléments grammaticaux :

Exercice 1. Écrivez les adverbes à partir des adjectifs entre parenthèses :

- Ces équipes d'audit locales se concentrent (principal) _____ sur l'identification des risques principaux.
- Comment, (concret) _____, rendre le plus efficace possible l'instrument ?
- Concernant la tenue des registres qui reflètent de façon exacte, honnête et (raisonnable) _____ détaillée les transactions et l'utilisation des actifs du Groupe.
- Des mécanismes de contrôle conçus pour permettre aux dirigeants du Groupe d'appréhender (distincte) _____ les principaux risques.

Exercice 2. Transformez les phrases suivantes à la voix active :

- En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée générale.
- C'est une récupération de 26 613\$ qui a été réalisée en cours d'année.
- L'épargne placement s'est accrue de 2 541 000\$.

Exercice 3. Transformez les phrases suivantes à la voix passive :

- Votre Assemblée générale nous a confié la mission.
- On vous a communiqué l'identité des détenteurs du capital dans le rapport de gestion.
- La forte progression du chiffre d'affaires a permis cette performance

Exercice 4. Nominalisez les verbes entre parenthèses :

- (Appliquer) _____ le Code de la réglementation.
- (Proposer) _____ une modification du règlement
- (Utiliser) _____ les procédés informatiques de traitement des données.
- (Stocker) _____ des marchandises dans ce lieu.

Exercice 5. Reformulez les phrases en utilisant le participe présent :

- Ces normes requièrent la mise en œuvre de diligence qui permet d'obtenir l'assurance raisonnable.
- Gestion des risques mises qui donnent les autres informations requises par l'article L.225-37.
- Les informations relatives au prélèvement statutaire qui concerne votre société.

Exercice 6. Complétez avec *d'ailleurs*, *grâce à*, *parce que*, *comme*, *en raison de* :

- Un acteur complet et durable du paysage financier belge et ce, _____ une croissance soutenue.

- _____ nos clients sont divers, _____ diversité et inclusion sont étroitement associées à nos valeurs et à notre culture
- Les emprunts de votre caisse ont diminué _____ l'augmentation de l'épargne disponible.
- L'assuré peut _____ se faire assister ou représenter et toutes ses observations doivent être consignées par l'expert contractuel dans ses rapports.
- _____ nous n'avons pas de sac pareil (échantillon), ni de schéma, ce montage a été fait sur une photo d'internet, en changeant de la couleur de toute la photo en orange.

Exercice 7. Complétez avec *donc, alors, par conséquent, en conséquence* :

- L'avenir du monde financier est _____ toujours incertain et de nombreuses questions pour arriver à un modèle bancaire idéal à l'avenir sont restées sans réponses.
- L'objectif est de détecter les causes principales de leur sinistralité, de les réduire et, _____, de limiter de taux d'absentéisme
- Ce bénéfice net par action _____ déterminé en rapportant le résultat net paru du Groupe de la période ainsi corrigé au nombre moyen d'actions ordinaires en circulation
- _____, je vous prie de bien vouloir restituer mon acompte de 150 euros, en application des clauses du contrat.

Exercice 8. Mettez les connecteurs d'opposition ou de la concession convenables :

- _____, la Société s'efforce de remettre aux membres du Comité les documents qui leur sont soumis suffisamment à l'avance afin de leur permettre d'en prendre connaissance dans de bonnes conditions.
- _____ le contexte macroéconomique en France se soit dégradé au deuxième trimestre, les Réseaux France présentent une activité commerciale robuste.

- La construction résidentielle devrait poursuivre sa reprise progressive, _____ la production industrielle devrait se maintenir à un bon niveau.

Exercice 9. Mettez les connecteurs de comparaison convenables :

- Ceux-ci s'inscrivent en baisse de -6.0% au deuxième semestre 2012 par rapport au T2-11 et de -3.5% _____ semestrielle par rapport au S1-11.
- En _____ semestrielle, les revenus sous-jacents atteignent 12 826 millions d'euros, en retrait de -4.2% _____ au premier semestre 2011.
- _____, nous avons vu des banques mastodontes devenir encore plus volumineuses, avec tous les risques inhérents.
- _____ volumes de marche faibles, l'activité client a été résiliente, en particulier sur les produits de flux et les produits structurés.
- La construction résidentielle devrait poursuivre sa reprise progressive, _____ la production industrielle devrait se maintenir à un bon niveau.

Il faut souligner que les apprenants du FOS/FS ne connaissent pas forcément les sciences du langage et l'enseignement de la grammaire peut représenter certains obstacles. Alors, l'enseignant devrait simplifier la terminologie linguistique et l'explication grammaticale (Chiss et David, 2012 : 123 ; Courtillon, 2003 : 116, 117).

4.6.2. Compétences sémantiques

L'implication de la sémantique dans la didactique du FOS/FS peut grandement faciliter l'enrichissement du vocabulaire et la compréhension des relations entre les mots. La maîtrise des relations sémantiques qui existent entre les mots est très importante pour l'apprentissage du lexique.

« La sémantique des langues spécialisées est, comme la sémantique linguistique en générale, l'interprétation des relations grammaticales, et elle prend donc appui sur la connaissance des mécanismes morphologiques, distributionnels, hiérarchiques et énonciatifs les plus généraux, mais en même temps il lui faut aussi interpréter des relations à fondement extrinsèque, puisque les langues spécialisées parlent d'univers de connaissances particuliers. » (Lerat, 1995 : 13)

La compétence sémantique désigne la capacité de l'apprenant de traiter la conscience et le contrôle de l'organisation du sens. Le CECR distingue trois approches de la sémantique :

- 1) la sémantique grammaticale,
- 2) la sémantique pragmatique,
- 3) la sémantique lexicale.

L'apprentissage des unités lexicales par cœur n'est pas possible. Par conséquent, l'apprenant doit savoir relier les unités de forme aux unités de sens et relier les représentations sémantiques avec d'autres représentations (Marot, 2011). Dans la didactique du FOS/FS, la compréhension du fonctionnement de la structure lexicale pourrait aider le développement des compétences linguistiques, ainsi que la compréhension et la mémorisation du vocabulaire spécifique. C'est pourquoi dans cette thèse nous nous intéressons principalement à la sémantique lexicale qui traite les questions liées au sens du mot tels que :

- les relations inter-lexicales (hyponymie, synonymie et antonymie);
- la polysémie et la monosémie ;
- les relations entre les mots et le contexte.

Exercice 10. Trouvez la signification plus large (hyperonyme) des mots suivants :

- SARL, EURL, SELARL, SA, SAS, SASU, SNC, SCP.
- EXW, FCA, FOB, CFR, CIF, CPT, CIP, DAF, DES, DEQ, DDU, DDP.
- Routier, ferroviaire, maritime, fluvial, aérien.

Exercice 11. Trouvez la signification plus spécifique (hyponyme) des mots suivants :

- Management - _____
- Franchise - _____
- Crédit - _____

Contrairement à la langue courante où les synonymes sont très courants, dans les domaines spécifiques « aucun synonyme ne peut servir d'équivalent à un terme spécialisé » (Challe, 2002 : 72). En fonction des besoins, il faut indiquer les différentes significations des synonymes. Par exemple, un apprenant du FOS du domaine de l'économie qui envisage de faire des affaires avec la Suisse ou la Belgique doit connaître le sens des mots *nonante* ou *souper*. Ou bien, si l'analyse des besoins démontre que l'apprenant aura des conversations non-formelles, il est important de lui indiquer les synonymes dans les différents registres et les euphémismes.

Exercice 12. Trouvez les synonymes des mots suivants :

- Travail - _____
- Entreprise - _____
- Payer - _____
- Nonante - _____

Exercice 13. Associez les mots aux euphémismes suivants :

- demandeur d'emploi - _____
- technicien de surface - _____
- rompre un contrat de travail - _____
- réallocation de la main d'œuvre - _____

L'antonymie est importante pour la didactique du FOS, parce qu'il est plus facile d'expliquer certains termes aux apprenants en expliquant aussi leur antonyme. « D'autre part, on peut aussi assembler les contraires ou antonymes sous une identification commune liée au domaine » (Ibidem, 93). Par exemple, si un apprenant du domaine de l'économie a pour tâche de commenter un bilan, il doit connaître les antonymes *actif / passif*, *diminution / augmentation*, etc.

Exercice 14. Trouvez les antonymes des mots suivants :

- Actif - _____
- Augmentation - _____
- Supérieur - _____
- Hausse - _____

Exercice 15. Commentez les charges et les produits du compte de résultat de votre entreprise pour chaque exercice pour les trois dernières années.

Exercice 16. Commentez les fluctuations boursières en utilisant les verbes : *s'effondre*, *reculer* (*diminuer*), *monter*, *s'envoler* (*flamber*, *monter en flèche*, *augmenter fortement*).

Exercice 17. Commentez les tendances du marché présenté sur le graphique en utilisant les mots : *actif*, *calme*, *haussier* (*à la hausse*), *baissier* (*à la baisse*), *stable* (*inchangé*).



Source : <http://www.boursorama.com/cours.phtml?symbole=1rPML>

Par ailleurs, les apprenants doivent savoir utiliser le mot avec exactitude et concernant les mots polysémiques « une seule maîtrise de la définition ne suffit pas » (Challe, 2000 : 83). Dans la didactique du FOS/FS, il est nécessaire d'indiquer aux apprenants que certains mots, en fonction du contexte et en fonction du domaine, peuvent avoir des significations différentes. « Une polysémie de la sorte exige du formateur de démêler les imbrications qui s'expliquent par la porosité lexicale des disciplines contiguës ou rapprochées pour le transfert d'un mot » (Ibidem, 84).

Exercice 18. Trouvez la polysémie des mots suivants :

- Marge - _____
- Fondation - _____
- Intérêt - _____
- Bureau - _____
- Fourchette - _____

Bien que certaines formes de la polysémie, telles que l'extension de la signification, métaphore ou métonymie, sont traditionnellement présentes dans le discours littéraire, elles peuvent servir également comme l'outil de l'argumentation dans les discours spécialisés.

« Un public de spécialistes doit être en mesure de distinguer les figures autrefois dites de styles, recherchées, et celles qui correspondent à des tours qui se pratiquent dans tous les parlars quotidiens, quel que soit le lieu ou la communauté. Ces tours représentent un des moyens les plus colorés pour affirmer avec persuasion. » (Ibidem, 100)

Les différentes significations d'un mot n'ont pas le même statut. Une signification se considère comme *primaire* (fondamentale) ou *sens propre* et l'autre comme *secondaire* ou *sens dérivé*. Les facteurs sémantiques, tels que la spécificité et le sens multiple (polysémie) sont d'une grande importance pour la compétence lexicale des apprenants.

Exercice 19. Trouvez le sens propre et le sens dérivé :

- Le _____ politique pourrait également commander un audit des finances du parti que beaucoup jugent « catastrophique ».
- J'ai mon écran plat Sonic pour pc de _____ qui mets du temps à s'allumer environs 10 à 15 minutes ».

Exercice 20. Trouvez le sens propre et le sens dérivé :

- Le CMPC retenu par CRE se situe dans la _____ de valeurs acceptables et tient compte de la nécessité de maintenir un cadre tarifaire stable et cohérent dans la durée pour les investisseurs.
- Le nouveau maire Bill de Blasio vient de l'apprendre à ses dépens : à New York, on ne mange pas sa pizza avec _____ et couteau.

4.6.3. Compétence lexicale

L'un des premiers objectifs de la didactique des langues étrangères concerne l'apprentissage du lexique. Au passé, la didactique des langues étrangères mettait avant tout l'accent sur une simple augmentation du nombre des mots. Dans les années 1970, l'apprentissage/enseignement du français était centré sur des aspects lexicaux, c'est-à-dire sur la constitution des vocabulaires spécialisés. La méthodologie la plus connue était VGOS (Vocabulaire Générale d'Orientation Scientifique) du CREDIF en 1973. Cette méthodologie se caractérisait par un répertoire de mots les plus employés (Mourlhon-Dallies, 2008 : 16).

Cependant, à présent la didactique met l'accent principalement sur les possibilités combinatoires d'un mot avec les autres mots et avec des éléments pragmatiques. La compétence lexicale n'est pas seulement la capacité d'identification d'un certain nombre de mots, mais la capacité à utiliser le vocabulaire d'une langue, le processus par lequel les apprenants acquièrent des informations sur un mot (Conseil de l'Europe, 2000 : 87 ; Bronckart, 2005). La compétence lexicale se réfère au contexte d'utilisation du vocabulaire, la connaissance des caractéristiques de mots et l'organisation du lexique.¹¹³ La connaissance d'un vaste répertoire lexical permet de surmonter les lacunes par des périphrases et des expressions idiomatiques (Conseil de l'Europe, 2000 : 88). Selon Cuq (2003 : 246), il existe deux types de mots : 1) les mots

¹¹³Le *lexique* se considère comme une entité théorique, un ensemble de mots d'une langue mis à la disposition, tandis que le *vocabulaire* est l'ensemble de mots utilisés par un locuteur (Niklas-Salminen, 1997 : 27). Le mot comprend deux concepts : *lexèmes* (issus du lexique) et *vocables* (issus du vocabulaire). Mettre les mots en discours consiste en une transformation des lexèmes en vocables.

fonctionnels qui effectuent un rôle dans la grammaire et 2) les mots lexicaux qui fournissent des informations. Par ailleurs, le CECR distingue :

- des éléments lexicaux :
 - a) les expressions toutes faites et les locutions figées (les indicateurs des fonctions langagières, des métaphores, des procédés d'instance, des expressions figées, des collocations, etc.)
 - b) les mots isolés
- des éléments grammaticaux : articles, quantificatifs, démonstratifs, pronoms, préposition, conjonctions, etc.

En outre, dans la démarche du FOS/FS, l'analyse des besoins et l'analyse du discours montrent le lexique avec lequel les apprenants seront plus en contact (Živković, 2013a : 511). En fonction des résultats de ces analyses et en appliquant des méthodes de la sémantique lexicale, il est possible de contribuer à l'adoption du lexique. Dans chaque domaine, il est possible de distinguer « des degrés de spécialisation lexicale comparables à des degrés de disponibilité » (Rivenc, 2003 : 267). L'analyse du discours a montré que le discours économique et commercial se caractérise par l'emploi très fréquent du lexique appréciatif, d'adverbes de fréquence, d'adverbes de manière, des sigles et des anglicismes. Nous exposons plusieurs tâches avec lesquelles il est possible d'enrichir le lexique :

Exercice 21. Trouvez le mot équivalent français pour les anglicismes suivants :

- IFRS (International Financial Reporting Standards) - _____
- Free-cash-flow - _____
- Crowdfunding - _____

Exercice 22. Quelle est la signification des sigles suivants ?

- PDG - _____
- CEO - _____
- SARL - _____
- TVA - _____

Exercice 23. Détectez le lexique appréciatif dans le texte suivant :

Notre ambition est ainsi de doubler de taille en Asie – l’opération AXA Asia Pacific y participe – en Europe Centrale et de l’Est, au Moyen-Orient et en Amérique latine. Au-delà de la seule géographie, nous voulons monter en puissance sur métiers de la prévoyance et de la santé, comme nous voulons renfoncer notre position de leader mondial sur le Direct. Encore nous faut-il être efficace pour faire de notre taille un véritable avantage concurrentiel. Nous avons déjà lancé un programme d’amélioration de notre compétitivité de 1,5 milliard d’euros d’ici à 2015. C’est objectif ambitieux qui appelle un effort constant des entités, des régions, des lignes de métiers globales et du Groupe.

Exercice 24. Lisez les graphiques suivants du prix immobilier en France :



Exercice 25. Présentez les chiffres en exprimant l’équivalence, l’approximation et l’ordre de grandeur.

4.7. Acquisition du vocabulaire

En linguistique, le vocabulaire se réfère au discours et le lexique se réfère à tous les mots disponibles d’une langue. En effet, dans la langue courante, le vocabulaire désigne l’ensemble des mots et des locutions d’une langue utilisés par une personne. Le vocabulaire désigne aussi les études de corpus spécialisés, par exemple le vocabulaire d’économie et de la finance. Le vocabulaire de spécialité « possède souvent un signifiant

complexe, long, à l'orthographe parfois difficile. En revanche, il est assez monosémique et peu interprétable... » (Cuq et Gruca, 2005 : 405). Il existe deux types de vocabulaire :

- *Le vocabulaire actif* qui renvoie à l'ensemble des mots qu'une personne utilise pour communiquer ;
- *Le vocabulaire disponible* qui renvoie aux mots qu'une personne est en mesure d'utiliser en fonction des besoins de compréhension ou d'expression.

La connaissance du vocabulaire est la base de la communication et souvent les apprenants citent le manque de vocabulaire comme le plus grand problème lors de l'apprentissage d'une langue étrangère. Par ailleurs, l'acquisition du vocabulaire est un processus très complexe qui exige du temps.

« Acquérir, c'est découvrir des informations, les organiser et les stocker en mémoire, en les reliant aux connaissances existantes (savoirs), et utiliser ces nouvelles connaissances dans les aptitudes visées (compréhensions orale et écrite, expressions orale et écrite) (...). L'acquisition de savoir-faire est atteinte lorsque l'utilisation de savoirs est complètement automatisée. » (Cuq, 2003 : 13)

L'enseignant est celui qui doit donner les outils aux apprenants pour l'acquisition de leur propre vocabulaire. Les apprenants doivent comprendre que le vocabulaire d'une langue est un système organisé et donc, il ne convient jamais d'apprendre des mots isolés. Les phrases liées au contexte sont plus facilement mémorables pour l'apprenant. Dans son livre *Archéologie du savoir*, Foucault illustre le lexique en prenant l'exemple du livre. Il n'est pas fait de mots isolés écrit sur une page, mais c'est un système de référence pris des autres livres, des autres textes et des autres phrases. Le sens d'un livre se réfère à la connaissance globale à laquelle il se reporte.

Selon le CECR (Conseil de l'Europe, 2000 : 88), l'étendue du vocabulaire suffisant pour s'exprimer sur des sujets relatifs à la vie quotidienne et au travail, est prévue dès le niveau B1. La compréhension des articles spécialisés hors du domaine de l'apprenant à l'aide d'un dictionnaire est prévue dès le niveau B2 (Ibidem, 165). En se basant sur CECR, *CLE International* a édité un ouvrage *Vocabulaire progressif du Français des Affaires* destiné aux étudiants ou aux professionnels de niveaux B1 pour le

développement du vocabulaire des affaires avec les exercices et les activités communicatives (Penfornis, 2013). La compréhension du fonctionnement de la structure lexicale comme dérivation, suffixation, synonymie, antonymie, mots-composés, collocation et idiomes aident le développement du vocabulaire et des compétences linguistiques. Le développement du vocabulaire est possible par présentation des mots en contexte, par exploration du champ sémantique et lexical, par explication du fonctionnement de la structure lexicale, etc. (Conseil de l'Europe, 2000 : 115).

Les champs associatifs s'impliquent très souvent dans la didactique des langues étrangères, puisque les mots entre lesquels existent les liens associatifs sont plus facilement mémorisés (Popović, 2009 : 168). Les apprenants du FOS/FS, en fonction de leur profession, reconnaîtront plus facilement certains champs. Par exemple, pour un apprenant, qui travaille dans le domaine de l'économie ou du commerce, le mot *entreprise* lui associerait très facilement aux d'autres mots, tels que : *production, investissement, fournisseurs, rentabilité, salarié*, etc. Le rôle de l'enseignant serait de lui donner des tâches dans lesquelles il combinerait ces mots. Voici deux exercices liés aux champs lexicaux :

Exercice 26. Indiquez à quel champ lexical appartiennent les mots suivants :

- SARL, production, employés, investissement
- Publicité, prospection, communication, produit
- Crédit, investir, client, prêt, capital
- Offre, demande, économie, dynamisme, concurrence

Exercice 27. Trouvez les champs associatifs des mots suivants :

- Entreprise
- Banque
- Commerce
- Bourse

Le logiciel pour l'analyse du discours *Tropes* peut être utile pour la définition des champs associatifs. Par exemple, en utilisant l'outil *scénario*, il est possible de faire une

liaison des mots *travail* et *emploi* avec d'autres mots associatifs tels que : *chômage*, *démission*, *retraite*, etc., puis de lier le mot *retraite* avec *Caisse de retraite*, *dépôt à la retraite*, *régime de retraite*, etc. (voir le schéma 13).

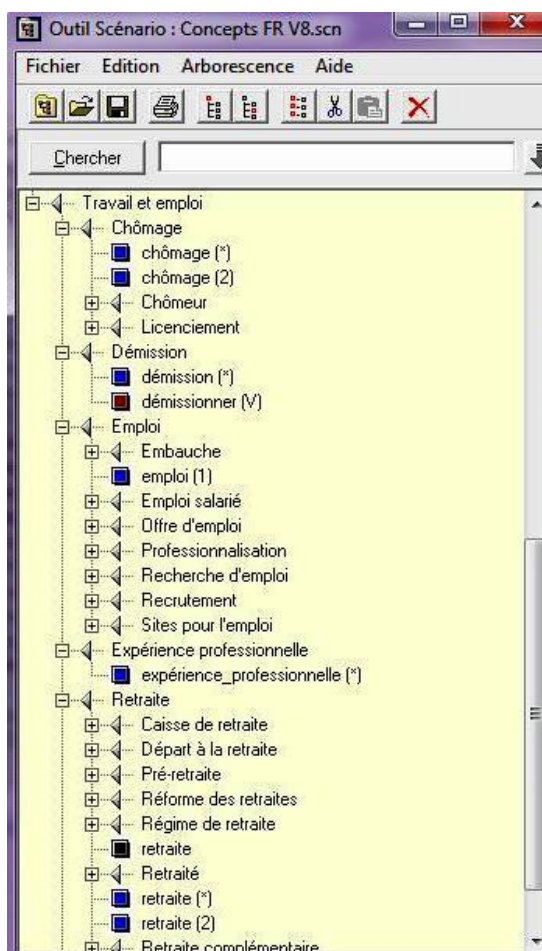


Schéma 13 : L'outil scénario pour la définition des champs associatifs

En outre, le site Web tel que *Wordnet*¹¹⁴ représente une base de données lexicales développée par les linguistes avec l'objectif de répertorier, classifier et mettre en relation le contenu sémantique. Il existe aussi le projet pour les langues européennes *EuroWordnet*, et le *Global Wordnet Association (GWA)* pour différentes langues à travers le monde. Contrairement à la langue générale où les mots se produisent spontanément (argot, création littéraire, humoristique, etc.), dans le domaine technique

¹¹⁴Pour plus d'informations sur *Wordnet* voir le lien : <<http://wordnet.princeton.edu/>> [23.05.2014], et pour *EuroWordnet* voir le lien : <<http://www.ilic.uva.nl/EuroWordNet/>>. [23.05.2014]

et scientifique, c'est différent. Pour exprimer des notions spécialisées, les professionnels emploient des mots et des expressions très précis – *les termes*.

4.7.1. Connaissance de la terminologie économique et commerciale

La terminologie est une notion assez polysémique qui représente un carrefour interdisciplinaire des sciences du langage, des sciences de la communication, des sciences cognitives, etc. (Cabré 1994 : 590). Le site *FranceTerme*¹¹⁵ définit la terminologie comme :

« ... un ensemble de termes spécialisés relevant d'un même domaine d'activité qui a son vocabulaire propre : terminologie de la médecine, de l'informatique, du sport, de la marine...

Le mot terminologie désigne aussi une activité «...l'art de repérer, d'analyser et, au besoin, de créer le vocabulaire pour une technique donnée, dans une situation concrète de fonctionnement, de façon à répondre aux besoins d'expression de l'utilisateur » de produire les termes et définitions pour désigner les notions et réalités d'un domaine... ».

Sous la direction de G. Shulders, un groupe de chercheurs a publié le livre *Terminologie économique française pour les pays en transition* avec les exercices pratiques répondant aux besoins des apprenants des pays en transition vers l'économie de marché. Ce livre aide les apprenants de se familiariser avec la terminologie économique, commerciale, financière et juridique en tenant compte des spécificités culturelles. Les enseignants du FOS/FS doivent initier les apprenants à explorer leur propre terminologie, par exemple d'utiliser la base de données de *IATE*.¹¹⁶

¹¹⁵Le site *FranceTerme* est consacré aux termes recommandés par *Journal officiel de République française*, qui regroupe les termes de différents domaines scientifiques et techniques. Tous les termes publiés par la *Commission générale de terminologie et de néologie* peuvent se trouver sur le lien : <http://franceterme.culture.fr/FranceTerme/index.html> [18. 10. 2013.]

¹¹⁶*IATE (Inter-Active Terminology for Europe)* est une base de données terminologique interinstitutionnelle de la Communauté Européenne, disponible depuis 2004 pour la collecte, la diffusion et la gestion de la terminologie spécifique en Union Européenne. Pour plus d'information voir le lien : http://iate.europa.eu/iatediff/about_IATE.html Elle contient environ 1,4 million d'entrée multilingue et

Exercice 28. Expliquez la terminologie suivante :

- Marché - _____
- Prospection - _____
- Liquidation - _____
- Crédit - _____
- Bourse - _____
- Spéculation financière - _____

4.7.2. Usage des dictionnaires spécialisés

Les dictionnaires représentent un instrument indispensable pour l'apprentissage d'une langue étrangère. Les dictionnaires traditionnels se divisent entre *dictionnaires encyclopédiques* et *dictionnaires thématiques spécialisés* (du droit, de l'économie, du commerce, des affaires, etc.). Les dictionnaires thématiques spécialisés ont pour intention de décrire une variété d'une ou plusieurs langues utilisées par des experts dans un domaine particulier. Autrement dit, ce sont les dictionnaires de spécialistes conçus pour d'autres spécialistes en représentant une sorte de référence (Yaguello, 2003 : 471). Ce genre de dictionnaire est soumis à des modifications rapides, parce qu'il y a constamment de nouveaux mots qui apparaissent. Bien que ces dictionnaires soient faits principalement pour les experts ou semi-experts, ils peuvent aussi être un outil pour les non-spécialistes désireux d'approfondir leurs connaissances dans un domaine spécifique. Les dictionnaires thématiques spécialisés peuvent être bilingues ou unilingues (Tomassone et al., 2001 : 278-279). Les seuls dictionnaires bilingues franco-serbes des affaires sont :

- Jovanovic, 1998, *Business francusko-srpski/srpsko-francuski rečnik*
- Strugar, 1999, *Francusko-srpski rečnik. Politika, pravo, ekonomija*
- Zlatanovic, 2007, *Privredno-poslovni francuski rečnik*

intègre toutes les bases de données terminologiques existantes des services de traduction en une seule base interinstitutionnelle, hautement interactive et accessible sur l'Internet, disponible sur le lien : <http://iate.europa.eu/iatediff/switchLang.do?success=mainPage&lang=fr> [19. 10. 2013.]

Même si les apprenants se contentent habituellement du recours à un dictionnaire bilingue, il revient aux enseignants de les encourager à utiliser les dictionnaires unilingues. Dans un premier temps, ils doivent s'habituer à naviguer de l'une à l'autre définition des mots et remarquer que le même mot apparaît dans plusieurs domaines. Il convient à l'enseignant de faire une liste des dictionnaires techniques et de la proposer aux apprenants (Challe, 2002 : 104). Voici quelques dictionnaires du domaine économique et commercial :

- Gélédan, A., Brémond, J., 1996, *Dictionnaire des théories et mécanismes économiques*, 2ed., Hatier
- Burlaud, A., Eglem, J.-Y., 2004, *Dictionnaire de gestion, comptabilité, finance, contrôle*, Foucher
- Villeneuve, J.-F., 2010, *Dictionnaire technique de la bourse et des marchés*, Soficom
- Battistella, D., Petiteville, F. et al., 2012, *Dictionnaire des relations internationales*, Dalloz
- D'agostino, S. et al., 2008. *Dictionnaire de sciences économiques et sociales*, Bréal, Rosny
- Verlinde, S., Folon, J., Binon, J., et al., 1995-2003, *Dictionnaire contextuel du français économique*, 4 tomes, Anvers : Garant
- Albert, L., 2006, *Dictionnaire des termes économiques et commerciaux*, De Vecchi

Nous citerons également quelques dictionnaires et glossaires disponibles sur Internet qui peuvent être utiles pour les apprenants/enseignants du domaine de l'économie, du commerce et de la finance :

- Dictionnaire de la bourse :
<http://www.abcbourse.com/apprendre/lexique.aspx>
- Lexique/ glossaire du Management Axcion :
<http://www.axcion.eu/lexique/index.html>
- Dictionnaire économique : <http://aygosi.pagesperso-orange.fr/LexiqueTitre.html>

- Vocabulaire de l'économie et des finances :
https://mioga.minefi.gouv.fr/RSP/public/TERMINOLOGIE/Vocabulaire_de_l_economie_et_des_finances2012.pdf
- Glossaire des termes financiers et commerciaux :
<http://legacy.intracen.org/tfs/docs/glossary/af.htm>
- Glossaire d'Economie, Finance, Bourse et Assurance :
<http://www.liensutiles.org/econom.htm>
- Lexique de Bourse Finance et économie :
http://www.abcbourse.com/APPRENDRE/7_lexique.html
- Glossaire des termes du marché boursier :
<http://www.tmxmoney.com/fr/research/glossary.html>
- Vocabulaire de la logistique :
http://www.oqlf.gouv.qc.ca/ressources/bibliotheque/dictionnaires/terminologie_logistique/index.html
- Dictionnaire boursier : <http://www.comprendrelabourse.com/lexique/>,
<http://www.trading-school.eu/glossaire-bourse/> et <http://www.mbi-bourse.com/glossaire.htm>
- Dictionnaire commercial : <http://www.dictionnaire-commercial.com/>
- Dictionnaire de termes commerciaux :
http://www.sice.oas.org/dictionary/CP_f.asp
- Lexique du commerce électronique : <http://sitecon.free.fr/lexcomint.htm>
- Dictionnaire économique: <http://www.banque-etassurance.com/dictionnaire/>
et <http://aygosi.pagesperso-orange.fr/LexiqueTitre.html>
- Dictionnaire de la pub : <http://www.storpub.com/dico-pub/index.html>
- Dictionnaire du marketing :
<http://www.emarketing.fr/Glossaire/ListeGlossaire.asp> et
<http://www.leadsmachine.com/glossaire-marketing.php?letter=D>
- Dictionnaire de la finance :
<http://www.lesechos.fr/financemarches/vernimmen/index.php?lettre=A> et
<http://lexique-financier.actufinance.fr/>
- Abécédaire Créateur d'entreprise :
<http://www.apce.com/index.php?pid=198&espace=1>

- Dictionnaire du monde du travail : <http://dico.monemploi.com/B/default.html>
- Société française de terminologie : <http://www.terminologie.fr/>
- Le grand dictionnaire terminologique : <http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/index.aspx>

Cependant, dans de nombreux domaines les dictionnaires n'existent pas ou ne sont pas mis à jour. La lexicographie rencontre souvent de nombreux problèmes afin de répondre à chaque demande. Répondre aux besoins de chaque utilisateur conduirait à faire des dictionnaires énormes. Par exemple, *Le trésor de la langue française* entre les années 1971 et 1994 contient des articles relatifs à la langue générale dans 16 volumes, mais seulement 20 % des mots étaient relatifs à la langue spécifique. De plus, les textes étaient dépassés et certains domaines de spécialité n'étaient pas assez représentés. C'est la raison pour laquelle une annexe est faite contenant environ la moitié des termes spécialisés (Candel et al., 1990).

En outre, dans la plupart des dictionnaires, c'est surtout les substantifs qui sont représentés et la pragmatique ne l'est pas du tout, ou très peu. Ces dictionnaires ne présentent pas le contexte exact dans lequel un mot s'utilise. Pourtant, *Le dictionnaire d'apprentissage du français des affaires* (DAFA),¹¹⁷ qui s'adresse aux apprenants pour lesquels le français est une langue étrangère, donne justement les possibilités combinatoires avec des éléments pragmatiques (voir l'exemple du mot *l'entreprise* dans le tableau 26).

Le sens des mots change selon le contexte et par rapport à leurs relations avec les mots voisins. Ce dictionnaire DAFA permet facilement la vérification de la signification d'un nom, mais aussi d'un verbe ou d'un adjectif qui l'accompagne. C'est un aspect de la connaissance du vocabulaire qui jusqu'à récemment était ignoré. Le dictionnaire donne aussi des informations complémentaires dans la rubrique *pour en savoir plus* sur les synonymes, antonymes, notes d'usage ou autres rubriques variées.

¹¹⁷*Le dictionnaire d'apprentissage du français des affaires* (DAFA) répond aux questions concernant le français des affaires telles que : le sens, la fréquence d'utilisation, la manière dont il faut formuler les idées et les phrases, ainsi que la traduction en allemand, anglais, espagnol, italien et néerlandais. Il contient 25 % des mots des affaires les plus fréquents, description simplifiée du sens de mot, famille de mots, membre de la famille de mots : nom de concept, nom de personne, adjectif/adverbe, verbe, sens économique et sens non économique. Une version électronique est disponible sur le lien : <http://www.projetdafa.net/> [25. 10. 2013.]

Tableau 26 : Les possibilités combinatoires du nom *l'entreprise*

Unité lexicale	<i>entreprise</i>
Définition + exemple	1. Agent économique qui réalise des biens et des services 2. Lieu où s'opère la production
Emploi figé (locutions, expressions, proverbes, idiotismes)	au sein d'une entreprise d'entreprise à entreprise >< d'entreprise à particulier avoir l'esprit d'entreprise (syn. être entreprenant) une entreprise de longue haleine
Combinaison des mots, collocations Axe syntagmatique (cooccurents) N+adj. (ou complément déterminatif) N+N N+adv. N+v. ou regroupement selon le sens à l'aide de repère sémantique: type, caractéristiques, localisation, mesure	Type d'entreprise : Une entreprise commerciale Une entreprise + adjectif qui désigne une branche d'activité (une entreprise industrielle (syn. une société industrielle), une entreprise textile (syn. une société industrielle)) Une entreprise spécialisée dans/en + nom d'une activité Une entreprise productrice de + nom qui désigne un type de produits Une entreprise privée >< Une entreprise publique Une entreprise sociétaire (syn. plus fréq. une société) >< Une entreprise individuelle Les activités d'une entreprise, une stratégie d'entreprise, un comité d'entreprise, la culture d'entreprise, le financement d'une entreprise Caractéristiques d'entreprise : une petite entreprise, une entreprise rentable, une entreprise rentable, une entreprise compétitive, etc. Localisation: une entreprise multinationale, une entreprise locale Mesure: une petite entreprise, une moyenne entreprise, PME, etc.
Combinaison avec le verbe: verbe + compléments essentiels : un particulier, des associées	Créer une entreprise, fonder une entreprise, mettre sous pied une entreprise, s'établir à, Substantif dérivé du verbe : la création d'une entreprise, un créateur d'entreprise, implantation d'une entreprise Construction croisée: une entreprise s'établit à + nom de lieu
Information pragmatique : sujet-type à employer avec l'expression.	Le chef d'entreprise dépose le bilan auprès du tribunal de commerce, Le tribunal de commerce met une entreprise en liquidation, etc.
Entreprise et synonymes	Une société, une firme, un établissement, une division

Source : DAFA, 234-240

Voici un exemple d'exercice pour l'utilisation de ce dictionnaire :

Exercice 29. À l'aide du dictionnaire DAFA :

- Décrivez les différents types et caractéristiques de l'entreprise.
- Citez les verbes qui peuvent se combiner avec le mot *entreprise* ;
- Employez le sujet-type avec les expressions de l'entreprise.

Le progrès dans les domaines de la lexicologie, de la sémantique, de l'analyse du discours, de la linguistique textuelle, ainsi que les progrès technologiques ont contribué à la création de nouveaux programmes pour étudier la fréquence des mots dans les grands corpus. Ces programmes ont ouvert la voie à la création de nouveaux dictionnaires combinatoires spécialisés sous forme électronique qui peuvent être intéressants dans l'apprentissage/enseignement des langues de spécialités (Condamines, 2005 : 36, v. aussi Mel'čuk, 1982, 1984, 1992, 1995 ; Mel'čuk, et Polguère, 2007). Delagneau (2010 : 10) a réalisé des travaux sur des dictionnaires combinatoires de langues aux spécialités « élargies » en combinant trois types d'analyse informatique des corpus sur :

- statistique lexicale (fréquences d'emploi),
- relève de collocations (associations et phrasèmes),
- marquage syntaxique ou *tagging* (analyse syntaxique).

Les applications utilisées pour la création de ces dictionnaires, telles que *Hyperbase*, *WordSmith*, *AntConc* ou *Morphy* peuvent avoir une ou plusieurs fonctions. Les résultats de ces programmes peuvent être mémorisés dans la base de données informatique avec des liens qui renvoient aux textes originaux. Ces dictionnaires sont les approches modernes de l'adoption de la terminologie spécialisée. Le rôle des apprenants peut être actif ou passif, selon qu'ils participent ou non à la préparation et à l'enrichissement du dictionnaire. Pourtant, la meilleure façon pour l'acquisition du vocabulaire est d'encourager les apprenants à composer leur propre glossaire, qui sera composé d'un réseau des mots avec le contexte (Cuq et Gruca, 2005 : 409). La construction de base des données terminologiques se fait à partir du corpus des documents authentiques issus des milieux professionnels. En outre, il faut également prendre en compte les besoins des entreprises en données terminologiques. La base de données sur papier ou sous forme électronique peut être utilisée plus tard dans la vie professionnelle.

Exercice 30. Créez votre propre dictionnaire électronique en fonction de vos besoins avec les exemples d'utilisation et les liens qui renvoient à la source.

4.8. Compétence sociolinguistique

À part le développement des connaissances linguistiques, pour la communication efficace en langue étrangère, il faut développer aussi un « savoir-faire interprétatif » qui permet de décoder les implicites culturelles. Apprendre une langue signifie aussi apprendre une culture, être en mesure d'observer un système des valeurs dans lequel opère une société et d'apprendre les règles de comportement dans une situation donnée (Dabene, 1994). La présence ou l'absence, la richesse ou la pauvreté d'un certain type de mot reflète la vue d'une société envers le monde et ses valeurs. La communication non verbale, le langage du corps, la vue, jouent également un rôle très important. Par ailleurs, il est faux d'attribuer un seul sens à un mot ou à une expression. Deux mots dans deux langues différentes ne se réfèrent pas forcément au même objet ou au même concept, ce qui peut conduire à des malentendus ou même à des insultes.

La compétence sociolinguistique renvoie justement aux paramètres socioculturels d'utilisation de la langue dans la vie de tous les jours. Un réseau complexe des relations existe entre la langue et la société qui implique une étude interdisciplinaire (Bugarski, 1996a : 164). La sociolinguistique étudie la langue dans son contexte social. Il ne suffit pas seulement de connaître les mots et les expressions, mais il faut savoir les utiliser correctement dans un contexte donné. Le contexte socioculturel dans lequel se déroule la communication, influence la langue utilisée par ses acteurs. Pour pouvoir mieux s'intégrer dans une entreprise ou une institution, les apprenants du FOS/FS doivent connaître les marqueurs des relations sociales, les différences de registre de dialecte et d'accent et savoir respecter la culture de l'entreprise et les règles de politesse. (Conseil de l'Europe, 2000 : 93 ; Mangiante, 2002a). Les tâches suivantes peuvent aider dans l'acquisition de compétences sociolinguistique :

Exercice 31. Quels marqueurs des relations sociales utiliseriez-vous pour écrire ?

- une lettre de réclamation ;
- une lettre de motivation ;
- une lettre d'offre ;
- un mail à un collègue.

Exercice 32. Quelles règles de politesse utiliseriez-vous pour ?

- montrer de l'intérêt pour quelqu'un ;
- exprimer l'admiration ou le regret ;
- promettre les faveurs ;
- s'excuser.

Exercice 33. Quel registre utiliseriez-vous pour ?

- parler avec un supérieur lors d'une réunion ;
- parler avec un partenaire potentiel d'affaire lors d'une négociation ;
- parler avec un collègue dans un bar après le travail.

Il est important d'identifier les implicites culturelles, afin de comprendre les références et l'appartenance culturelles (v. Beacco, 2000 : 124). Certaines entreprises se servent du *jargon d'entreprise professionnel*, une manière d'exprimer son identité, ses compétences, mais aussi de fonctionner plus efficacement. Même quelquefois chaque secteur de l'entreprise a son jargon. Le site *Culturepub*¹¹⁸ est un excellent moyen pour l'éducation interculturelle et pour la constatation des différences dans le domaine des affaires.

4.8.1. Compétence interculturelle

La compétence interculturelle est « la capacité des personnes à observer, analyser tous les aspects du comportement de leurs interlocuteurs étrangers, à en prendre conscience ainsi qu'à en tirer des enseignements afin d'y adapter leur propre comportement » (Carras et al., 2007 : 45). La prise de conscience interculturelle comprend les connaissances de la diversité sociale, la compréhension des relations des deux cultures et la manière dont chaque communauté apparaît chez l'autre, souvent comme stéréotypes (Conseil d'Europe, 2000 : 83 ; Beacco, 2000 : 165 ; Hall, 1984 (1959), 1979).

¹¹⁸*Culturepub* est le site qui contient les publicités du monde entier sur les différents thèmes, marques ou secteurs d'activité. Il est disponible sur le lien : <http://www.culturepub.fr/> [30. 10. 2013.]

Le développement des compétences interculturelles concerne toutes les entreprises qui ont les activités à l'étranger (Mayrhofer, 2011 : 209). La compétence en communication interculturelle nécessite la connaissance des arguments « reposant sur des valeurs différentes et incapables de supporter un point de vue surplombant » (Mutabazi et Pierre, 2008 : 135). L'incompétence interculturelle peut causer d'interférence et d'obstacles significatifs en communication professionnelle. Afin de limiter les obstacles et les malentendus il faut apercevoir les spécificités culturelles du pays avec lequel on envisage une coopération commerciale. Les principales différences culturelles auxquelles il faut accorder l'attention sont le contexte de la communication, la personnalisation ou la dépersonnalisation, la perception du temps, l'attitude face à l'action et la conception de soi et des autres (Duboin et al., 2001 : 50 ; v. Zarate, 1986).

Dans les dernières années, les entreprises qui estiment de se développer à l'international, prennent de plus en plus en considération l'aspect interculturel. Ainsi, depuis les années 1990, le management interculturel commence à se développer avant tout dans les grandes compagnies internationales. L'objectif du management interculturel est :

« ...l'amélioration des interactions interculturelles en milieu de travail. Il s'intéresse à l'influence de la culture sur les perceptions, les interprétations, les actions des acteurs. Le management interculturel constitue un moyen permettant d'une part de prendre conscience de la réalité des différences culturelles renforcées par la mondialisation et d'autre part d'essayer de construire et mettre en œuvre des outils et des démarches aidant les entreprises à gérer ces différences. » (Loth, 2006 : 12)

Chaque négociation à l'internationale¹¹⁹ est une relation interculturelle qui exige avant tout un contact humain et un contact entre les cultures. Dans les négociations il faut être très vigilant envers la culture de l'interlocuteur. Pour mener les négociations, il est très important de connaître la culture de l'autrui, de s'adapter au marché du point de vue culturel et de vendre en fonction des mentalités de chaque pays. Les partenaires

¹¹⁹Pour plus d'information voir le lien : <https://laurevigliano.wordpress.com/category/negociation-interculturelle/page/2/> [07. 02. 2015.]

commerciaux portent la culture de comportement des communautés auxquelles ils appartiennent. Une fausse interprétation des messages non-verbaux dans la communication interculturelle peut entraîner de graves problèmes. Les partenaires étrangers reprochent souvent l'ignorance de leur culture et de leur pays. La connaissance de la culture du partenaire étranger montre d'abord qu'il est respecté et aussi des intentions sérieuses du négociateur, ce qui contribue à l'obtention de sa confiance et de la crédibilité (Vigliano, 2011).

À cet égard, il est nécessaire d'informer les apprenant du FOS/FS sur les spécificités de pratiques commerciales et des habitudes telles que les réunions d'affaires, le mode de se présenter, les gestes, les dates, les vacances, etc. Le CECR (Conseil d'Europe, 2000 : 82) propose de prêter l'attention aux caractéristiques d'une culture dans les aspects suivants :

- La vie quotidienne :
 - Nourriture et boisson, heures des repas, manière de table ;
 - Congés légaux ;
 - Horaire et habitude de travail ;
 - Activités de loisir.
- Les conditions de vie :
 - Niveaux de vie ;
 - Condition de logement ;
 - Couverture sociale.
- Les relations interpersonnelles (y compris les relations de pouvoir et de la solidarité) :
 - La structure sociale et les relations entre les classes sociales ;
 - Les relations au travail.
- Valeurs, croyances et comportements :
 - Groupes socioprofessionnels (cadres, fonctionnaires, travailleurs manuels) ;
 - Sécurité ;
 - Tradition et le changement ;
 - Histoire ;
 - Minorités ;

- Identité nationale ;
- Humour.
- Langage du corps ;
- Savoir-vivre :
 - Ponctualité ;
 - Cadeaux ;
 - Vêtement ;
 - Boissons, repas ;
 - Comportements rituels ;
 - Pratique religieuse ;
 - Naissance, mariage, mort ;
 - Célébration, festivals.

Exercice 34. Discutez des sujets suivants :

- Dans quelle période de la journée il faut éviter de téléphoner à une entreprise française ?
- Quels sont les jours fériés en France et en Serbie ?
- Décrivez les caractéristiques des nations polychrones selon Hall.
- Quel impact sur la productivité peut avoir le nombre des heures de travail (comparer la France et la Serbie)?
- Comparez les effets sur les affaires que peuvent avoir les caractéristiques culturelles de la France et de la Serbie identifiées par Hofstede.
- Comment prendre le contact avec le responsable dans une entreprise de grande distance hiérarchique ?
- En quoi sont similaires et en quoi différents les Français et les Serbes dans les négociations ?
- Quelle est la différence de la tenue vestimentaire en Serbie et en France ?
- Faut-il plutôt tutoyer ou vouvoyer les collègues de travail, les partenaires professionnels, les responsables en France ? (Comparez avec les habitudes en Serbie).

Exercice 35. Afin de se lancer dans l'exportation dans un pays francophone, étudiez les modes de vie et les habitudes de consommation.

Exercice 36. Préparez-vous pour la segmentation du marché et le sondage d'un échantillon en France et en Algérie.

La didactique des langues étrangères et les enseignants doivent jouer le rôle du médiateur entre la culture nationale et la culture dont la langue s'apprend. Selon une étude préliminaire des réseaux sociaux et des forums sur le thème de l'acceptation de « l'autre » et de ses valeurs, il est possible de remarquer qu'un grand nombre de jeunes en Serbie n'est pas prêt à accepter et à comprendre les différences des autres cultures. Un certain nombre d'entre eux ont le sentiment que la plupart des pays européens et américains sont hostiles envers la Serbie et par conséquent, ils ont aussi une attitude hostile envers ces pays. Les raisons pour cette attitude peuvent être historiques, politiques ou économiques, mais ils peuvent être aussi la conséquence d'un manque d'attention des enseignants à l'éducation interculturelle¹²⁰ en Serbie. Par ailleurs, la connaissance insuffisante des autres cultures et leurs modes de pensées peut être la conséquence de l'absence de la mobilité des étudiants serbes aux pays dont les langues ils apprennent (Živković, 2013b : 659 ; Morin, 2000).

L'enseignement des langues étrangères doit s'adapter à la culture du pays et prendre en compte la sensibilité des certains thèmes, tels que la politique, la religion, l'homosexualité etc. (Robert et al., 2011 : 16 ; Puren et al., 1998 : 63). Dans le processus de l'apprentissage d'une langue étrangère l'apprenant n'agit pas et ne communique pas dans deux façons opposées - « il devient plurilingue et apprend l'interculturalité » (Conseil d'Europe, 2000 : 40). Toute démarche interculturelle a pour l'objectif « la formation d'un individu conscient de la relativité de ses valeurs, en mesure d'opérer des choix autonomes, capable d'élaborer une pensée divergente » (Maddalena, 1998 : 77).

¹²⁰L'éducation interculturelle vise à surmonter la coexistence passive, d'apprendre les jeunes à la compréhension, le respect mutuel et à encourager le dialogue entre les différentes cultures (Lafortune et Gaudet, 2000 : 6-9). Selon Abdallah-Preteille (1999 : 100-103), c'est un processus continu qui en tout cas ne signifie pas le renoncement de sa propre culture et de ses propres valeurs, ni nécessairement à accepter d'autres cultures. L'éducation interculturelle comprend tout d'abord la connaissance de sa propre culture et la définition de son système de valeurs pour pouvoir mieux comprendre l'autre. Morin (2000 : 120) propose des moyens pour enseigner l'anthropo-éthique à l'avenir qui peut contribuer grandement à l'éducation interculturelle.

Pour l'enseignement du FOS/FS, il est nécessaire de parler des relations bilatérales qui existent entre les deux pays, ou des relations socio-économique.

La radio et la télévision sont une mine inépuisable de documents et un très bon moyen pour la transmission des actualités et de la réalité d'une culture. L'institut polytechnique de Grenoble a fait un programme e-learning *FILIPÉ*¹²¹ pour la préparation linguistique et interculturelle des étudiants non francophones. Il exploite les documents vidéos authentiques pour montrer comment les étudiants français s'organisent dans le groupe, comment ils mènent un projet, leurs comportements, etc. De plus, la vidéo permet une bonne contextualisation et facilite la compréhension. Enfin, il est important d'amener les apprenants à formuler des hypothèses, des habitudes et comportements des autres.

4.9. Compétence pragmatique

La capacité à communiquer efficacement implique des connaissances au-delà du niveau de la grammaire. La compétence pragmatique recouvre l'utilisation fonctionnelle des ressources langagières en s'appuyant sur des scénarios et scripts d'échanges interactifs (Robert, 2008 : 169). Les approches pragmatiques postulent que « l'activité langagière est une pratique intersubjective, finalisée et réglée par des principes d'efficacité et de bonne conduite communicative » (Riegel et al., 2009 : 43).

La compétence pragmatique implique d'une certaine façon, la cohésion et la cohérence du discours, l'identification des types et des genres de textes, l'impact des éléments de l'ironie et de la parodie, etc. Avoir les compétences pragmatiques signifie que l'apprenant est capable d'utiliser la langue dans les relations interpersonnelles de manière appropriée aux situations sociales différentes et qu'il est capable de gérer les

¹²¹ *Filière Linguistique Préparatoire aux études en France (FILIPÉ)* est un projet visant à améliorer l'accueil d'étudiants internationaux dans les formations scientifiques et technologiques. Plus d'informations disponible sur le lien : <http://www.e-filipe.org/> [29. 10. 2013.]

interactions de la vie quotidienne (Rosen et Reinhardt, 2010 : 38 ; Mangiante, 2002a ; Besse et Porquier, 1991). Selon CECR (Conseil d'Europe, 2000 : 96-101), les compétences pragmatiques comprennent :

- 1) la compétence discursive,
- 2) la compétence fonctionnelle,
- 3) la compétence de conception schématique.

1. La compétence discursive

Selon Auchlin (1998 : 8), le véritable objet de l'analyse pragmatique est l'étude de la compétence discursive qui consiste en une capacité à comprendre et à produire le discours. Selon Etienne (2011 : 70), la compétence discursive se réfère principalement à la cohérence et la à cohésion. La composante discursive porte également sur la maîtrise de certains genres discursifs et des formes de la phrase.

« L'apprentissage discursif revient donc, tant au niveau de la langue seconde que de la langue maternelle, à décrypter les conditions portant sur l'interprétation et l'enchaînement en discours. Etre capable d'interpréter un discours signifie être capable de satisfaire les contraintes d'interprétation posées par le discours, de même qu'être capable de contribuer à une interaction (c'est-à-dire enchaîner sur un discours) signifie être capable de satisfaire les contraintes d'enchaînement imposées par le discours antérieurs. Définir ces types de contraintes discursives me semble donc un moyen heuristique intéressant en vue de caractériser les principes de reconnaissance discursifs constitutifs d'une compétence de communication. » (Moeschler, 1985 : 14)

La compétence discursive permet à l'apprenant d'organiser les phrases en séquence pour produire un ensemble cohérent. Pendant la formation, les apprenants ont acquis les capacités discursives en langue maternelle, mais en langue étrangère ils doivent les apprendre. La compétence discursive recouvre :

- la connaissance de l'organisation des phrases ;
- la capacité à maîtriser les rapports (par ex. cause/conséquence) ;

- la capacité à gérer et à structurer le discours : organisation thématique, cohérence et cohésion, organisation logique, style et registre, efficacité rhétorique et principe coopératif ;
- la capacité à structurer et faire le plan du texte ;
- la connaissance de la structuration des informations pour réaliser une macro-fonction ;
- la connaissance de la construction d'une argumentation dans un débat ou pendant les négociations ;
- la connaissance de la mise en page : une lettre officielle, un avis, un rapport, une plainte, etc. (voir le tableau 23 et 24) ;
- la capacité à effectuer une présentation.

Voici quelques tâches qui peuvent améliorer la compétence pragmatique :

Exercice 37. Écrivez et mettez en page en précisant l'expéditeur, destinataire, objet, titre de civilité :

- Une lettre de réclamation à votre fournisseur concernant le problème de livraison (retard, marchandise en mauvais état, livraison incomplète, etc.) ;
- Une lettre d'engagement ;
- Un rapport mensuel de vos activités au sein de l'entreprise à votre responsable ;
- Une plainte contre le client qui refuse de régler la dernière facture ;
- Un bon de commande à une entreprise en France ;
- Un contrat d'assurance pour expédier les produits agroalimentaires de la Serbie à un client en France ;
- Un contrat de travail.

Exercice 38. Imaginez que vos clients ou vos fournisseurs se trouvent à l'autre bout du monde et préparez :

- une téléconférence ou téléconférence ;
- une vidéoconférence.

Exercice 39. Préparez la présentation :

- De votre entreprise ;
- Du nouveau produit ou du service.

Exercice 40. Organisez une réunion en précisant à l'avance lieu, date, durée, ordre du jour, liste des participants, etc.

Exercice 41. Organisez la présentation de votre entreprise à une manifestation commerciale (une foire, un salon, une exposition) en France.

Exercice 42. Identifier le produit, positionner le sur le marché et préparer la communication commerciale en utilisant :

- Les médias de masse (presse, radio, télévision, Internet, affichage) ;
- Le marketing direct (démarchage téléphonique, lettre de vente, dépliant, publipostage ou publicité sur le lieu de vente (PLV)).

Exercice 43. Dans le texte suivant mettez les connecteurs pour que le texte soit bien organisé :

Le présent rapport rend compte, _____ aux dispositions de l'article L.225-37 du Code de commerce, de la composition du Conseil et de l'application du principe de représentation équilibrée des femmes et des hommes en son sein, des conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseils d'Administration (Partie 1) ainsi que des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par Société (Partie 2). Ce rapport présente _____ les principes et les règles arrêtés par le Conseil d'Administration pour déterminer les rémunérations et avantages de toute nature accordés aux mandataires sociaux (Partie 3). _____le rapport indique le Code de gouvernement d'entreprise de référence retenu par la Société et précise, le cas échéant, les dispositions de ce Code qui ont été écartées par la Société et les raisons pour lesquelles elles l'ont été (Partie 4).

Pour les apprenants d'économie et du commerce, il est très important de savoir négocier, argumenter (utiliser les bons arguments au bon moment), persuader, éviter les questions dérangeantes, savoir rendre le coup et déstabiliser l'adversaire. Breton (2004)

décrit les façons dont il est possible d'argumenter dans des situations difficiles. Une communication professionnelle doit contribuer à la rentabilité de l'activité de l'entreprise.

« Par définition, toutes les communications d'entreprises sont persuasives. Qu'il s'agisse de convaincre un actionnaire d'échanger une action, de motiver un salarié dans son activité professionnelle ou de séduire un consommateur pour qu'il achète une marque, l'objectif de la source est toujours clairement la persuasion du récepteur. » (Malaval et Décaudin, 2008 : 21)

Exercice 44. Trouvez les moyens pour persuader le client potentiel dans le texte suivant :

En parcourant la semaine dernière, la liste de nos abonnées de Paris, nous avons toutes les raisons d'être satisfaits...

En effet, en procédant à une analyse ..., nous avons constaté que LE POINT compte les principaux responsables parmi ses lecteurs (...)

Je suis certain que vous vous intéressez à l'actualité française et internationale, aux problèmes économiques. ... LE POINT également (...)

Alors comment expliquer le succès du POINT ? (...)

Dans le succès du POINT, il y a aussi la manière : (...)

Je pense que vous n'êtes pas de ceux qui se laissent convaincre par une simple lettre (même personnelle). C'est pourquoi je ne vous propose pas de prendre d'emblée un abonnement.

En revanche, je suppose que vous n'êtes pas homme, Monsieur Dupont, à refuser de faire un simple et court essai (...).

Exercice 45. Préparez, puis présentez la structure de vos arguments pour une négociation commerciale avec votre partenaire d'affaire le plus important.

Exercice 46. Essayez de convaincre un client que le produit ou le service de votre entreprise est plus performant que celui de la concurrence.

Exercice 47. Préparer les documents pour répondre à un appel d'offre (v. annexe 7).

Exercice 48. Remplissez les formulaires DAU et Réclamation du consommateur (v. annexe 8).

Exercice 49. Une fois que vous avez compris les besoins du client, présentez les caractéristiques techniques et les avantages du produit en vous servant des différents arguments (unique, nouveau, originale, parfait, économique, fiable, intéressant, simple et pratique, etc.).

2. Compétence fonctionnelle

La compétence fonctionnelle recouvre l'utilisation du discours pour accomplir les objectifs spécifiques fonctionnels dans la communication. Les compétences fonctionnelles dans la communication comprennent l'utilisation des formes linguistiques pour exprimer les micro-fonctions, mais exigent aussi l'utilisation de macro-fonctions qui se caractérisent par la structure interactionnelle. Pour les apprenants du FOS/FS, les micro-fonctions les plus importantes à connaître sont suivantes :

- donner et demander des informations sous forme de : compte rendu, demande, réponse, etc. ;
- exprimer et découvrir des attitudes : de connaissance, de modalité, de volition, factuelles, émotives, morales, etc. ;
- faire faire grâce à : suggestion, requête, demande, offre, avertissement, etc. ;
- établir des relations sociales : attirer l'attention, s'adresser aux gens, saluer, présenter, etc. ;
- structurer le discours : ouvrir les débats, prendre la parole, clôturer, etc.

Exercice 50. Écrivez une demande :

- de remboursement de TVA ;
- de remboursement d'un acompte ;
- de stage.

Exercice 51. Demandez à votre fournisseur de vous accorder une réduction de prix ou (un escompte, une remise, un rabais, une ristourne).

Exercice 52. Ouvrez le débat concernant un problème au sein de votre entreprise.

Exercice 53. Exprimez votre suggestion concernant :

- la résolution d'un problème avec un client ;

- la résolution d'un problème avec un collègue au sein de votre entreprise ;
- le choix d'un produit à un client exigeant.

Exercice 54 (Jouez un rôle à deux) Demandez des explications en utilisant les expressions suivantes :

- Qu'entendez-vous par l'augmentation des prix et l'amélioration du service ?
- Pour quelle raison considérez-vous que ce soit la meilleure solution pour notre entreprise ?

Exercice 55. Présentez-vous à:

- un nouveau collègue.
- votre PDG.
- un entretien d'embauche.
- un client potentiel.

Exercice 56. Postez vos opinions sur un réseau public ou sur un blog concernant la prospection du marché de l'industrie agro-alimentaire.

3. Les schémas d'interaction

La capacité à utiliser les modèles d'interaction sociale qui appuient la communication, tels que l'échange-verbal :

- réponse à une question ou à des salutations ;
- être en accord ou en désaccord avec une déclaration ;
- acceptation ou refus d'une offre ;
- interrompre l'interlocuteur ;
- savoir faire prendre la parole ;
- demander quelque chose en questionnant poliment ;
- répliquer à une agression.

Exercice 57. Faire une conversation téléphonique pour :

- prendre le rendez-vous ;

- déplacer le rendez-vous à cause d'un empêchement, d'un contretemps, ou d'un déplacement imprévu ;
- conclure une conversation téléphonique avec un client de votre entreprise.

Exercice 58. Exprimez votre désaccord :

- concernant une proposition lors d'une négociation commerciale.
- avec votre supérieur hiérarchique.
- avec votre collègue du bureau.

Exercice 59 (Jeu de rôle) De quelle façon pourriez-vous prendre la parole face à un partenaire d'affaire bavard ?

Exercice 60. Exprimez votre point de vue concernant l'augmentation de l'effectif au sein de votre entreprise (Jeu de rôle : un qui veut prendre la parole et l'autre qui veut garder la parole). Utilisez les expressions suivantes : *laissez-moi terminer, est-ce que je pourrais terminer s'il vous plaît, etc.*

Exercice 61 (Jeu de rôle) Essayez de défendre votre point de vue en réfutant les arguments adverses sur un sujet, par exemple faudrait-il plutôt augmenter les prix ou améliorer les services.

Exercice 62. Demandez poliment :

- le règlement d'une facture à un client hésitant ;
- l'augmentation de votre salaire ;
- la prise du rendez-vous avec un nouveau client.

Exercice 63. Demandez le règlement d'une facture de manière ferme, mais polie.

4.10. Évaluation des résultats et certification

Généralement, l'évaluation fait partie intégrante de chaque l'enseignement et chaque formation.

« L'évaluation des apprentissages est une démarche qui consiste à recueillir des informations sur l'apprentissage, à porter des jugements sur les informations recueillies et à décider sur la poursuite des apprentissages compte tenu de l'intention d'évaluation de départ » (Cuq, 2003 : 90).

Le CECR valorise et concrétise une « conception de l'évaluation des compétences en langues commune et partagée » (Tagiante, 2006b). Tout un chapitre entier (le chapitre 9) du manuel de CECR est consacré à la typologie de vingt-six pratiques évaluatives en présentant leurs avantages et leurs inconvénients. Le manuel de CECR a pour objectif principal d'aider les concepteurs d'examens à mettre en œuvre les démarches transparentes et concrètes. L'évaluation des compétences linguistiques est très populaire parmi les linguistes, psychologues et pédagogues. Il existe trois grands types d'évaluation :

- *Sommative* – les résultats sont présents par les notes, par exemple la pratique des examens ;
- *Formative* – constitue un processus continu. L'analyse des acquis et des erreurs permet l'ajustement et la réorganisation des cours en fonction des besoins ;
- *Prospective* ou *pronostique* – évaluation à partir des objectifs fixes.

Tagiante (2005 : 9) décrit deux grands types d'évaluation : celle qui relève du domaine du contrôle et celle qui relève de l'information réciproque entre l'enseignant et l'apprenant. Selon la capacité et les caractéristiques des apprenants, il est possible de faire aussi l'évaluation en étapes. Ce type d'évaluation consiste dans la définition des nouvelles étapes que l'apprenant sera susceptible de franchir (v. Bronckart, 1977 : 80). Dans le cas du FOS, l'évaluation est possible sur le terrain ou en milieu institutionnel. Lorsque la demande de formation est très précise et liée avec une activité professionnelle, l'évaluation sera faite sur le terrain. Dans ce cas les objectifs d'enseignement sont atteints si l'apprenant est capable de réaliser les tâches qui lui sont demandées et qui sont étroitement liées à la compétence linguistique. Dans le cas d'une évaluation en milieu institutionnel, c'est-à-dire en milieu universitaire, il s'agit

généralement d'une évaluation sommative où les enseignants sont tributaires du cadre institutionnel qui fixe les normes d'évaluation (Carras et al., 2007 : 50 -54).

Généralement, l'évaluation en milieux institutionnels ne se base pas sur la pédagogie actionnelle. L'évaluation se limite souvent aux compétences linguistiques et ne pas dans la mise en œuvre des étudiants dans les situations réelles au travail. Cependant, uniquement l'évaluation linguistique n'est pas suffisante pour évaluer les compétences nécessaires dans le travail. Il faut prendre en compte aussi la pratique professionnelle. L'évaluation devrait être fondée sur la mise en situation réelle, ce qui constitue une évaluation formative. Prenons l'exemple d'un apprenant qui cherche du travail et à la question *Pourquoi cherchez-vous un nouvel emploi ?*, il répond *je cherche un nouvel travail parce que mon ancien boss était un monstre*. Cet énoncé est grammaticalement correcte, mais du point de vue professionnel inacceptable. Il faudrait dire par exemple :

Je cherche un nouvel environnement du travail, parce que mes objectifs de la carrière ont évolué.

Comme l'enseignement des langues privilégie l'approche par tâches, il est nécessaire de proposer également une nouvelle pratique évaluative. Huver et Springer (2011 : 58) ont fait la comparaison entre évaluation traditionnelle et évaluation par compétences. Ils proposent (ibidem, 202) une nouvelle culture d'évaluation qui intègre au minimum :

- la référence aux descripteurs du CECR ;
- l'utilisation de nouveaux outils critériés ;
- la conception d'outils formatifs et d'autoévaluation.

Il est paradoxal que, bien que l'étudiant se situe au centre d'apprentissage, il n'est pas encore dans le centre de l'évaluation. L'impression générale est que les étudiants en Serbie étudient pour la note et ne pas pour la connaissance. La réforme de Bologne a conduit les universités à réexaminer les anciens plans traditionnels et les programmes, mais en ce qui concerne l'évaluation, les enseignants sont toujours obligés de donner une note sommative. Après l'analyse des besoins linguistiques, la création

d'un portfolio peut être d'une grande aide. Il peut avoir un effet positif comme la preuve de la réalisation personnelle, communicationnelle et professionnelle. Contrairement aux tests traditionnels, le portfolio mesure le processus et le progrès, et non pas une évaluation finale. Il doit contenir des exemplaires en plusieurs domaines et doit se concentrer sur une compétence spécifique (Josifović-Elezović, 2011).

Les organismes autorisés à délivrer des certificats dans le domaine des langues étrangères sont :

- Le ministère français de l'éducation nationale (Alliance française, CCIP, la commission française du DELF et DALF),
- ALTE (Association of Language Testers in Europe),
- ICC (International Certificate Conference).

Les certificats et les diplômes proposés par CCIP¹²² (la Chambre de Commerce et d'Industrie Paris) répondent à une évaluation des compétences dans le contexte professionnel. Concernant le français des professions, un certain nombre de certifications existe depuis 1958. Dans les années 1960, la CCIP avait mis en place la certification en français commerciale, puis plus tard en français des professions et en FOS. La CCIP offre toute une gamme des certificats de français des affaires et des professions, reconnus dans le monde des entreprises francophones.

Le TEF (*Test d'évaluation de français*), le premier test standardisé de français langue étrangère, est un instrument de référence internationale, lancé par la CCIP, qui mesure le niveau de la connaissance et des compétences en français. Les *diplômes de français professionnel* (DFP)¹²³ sont des certifications qui attestent des compétences de communication dans les principaux domaines :

- Le français des affaires,
- Le français de droit,
- Le français de la santé,

¹²²Le centre de la langue française de la Chambre du Commerce et d'Industrie Paris (CCIP) intervient dans les domaines de la formation, de l'évaluation et de la certification en français langue professionnelle. Pour plus d'information voir le lien : <http://www.francais.ccip.fr/> [15. 11. 2013.]

¹²³Pour plus d'information voir le lien : <http://www.francais.cci-paris-idf.fr/diplomes/> [01. 02. 2015.]

- Le français de la diplomatie,
- Le français du tourisme et hôtellerie,
- Le français de sciences et technique,
- Le français de la mode – design.

Le diplôme de compétence en langue (DCL)¹²⁴ proposé par les GRETA, valide tous les cinq domaines de compétence en langue de communication professionnelle (Mourlhon-Dallies, 2007 : 16). Le DCL teste la capacité des apprenants à traiter des informations dans une communication professionnelle dont l'épreuve est présentée sous la forme d'un scénario. Les apprenants ont une situation à découvrir, ont des tâches à effectuer, ont à recueillir des informations, puis ont à les rendre au complet par un appel téléphonique. Enfin, ils doivent présenter la solution à l'oral et à l'écrit. La CCIP donne aussi la possibilité aux enseignants du FLE ou du FOS de valoriser leurs acquis par le *Diplôme de didactique de français sur objectifs spécifiques* (DDIFOS).¹²⁵

4.11. Conclusion

Après une analyse détaillée des données recueillies, la définition des objectifs et des stratégies d'apprentissage, il est possible de créer le curriculum de la didactique du FOS/FS. Il est important que l'enseignant fournit des stratégies d'apprentissage aux apprenants, afin qu'ils puissent s'autonomiser dans l'acquisition des compétences en fonction de leurs besoins.

En s'appuyant sur les suggestions et les conseils du CECR, nous avons constitué les tâches qui pourraient améliorer les compétences des apprenants dans les éléments que l'analyse du discours et l'analyse des besoins ont démontrés. De plus, nous avons

¹²⁴Le *diplôme de compétence en langue* (DCL) est un diplôme national professionnel spécialement pour les adultes correspondant aux besoins du monde de travail. Il consiste d'une simulation de la situation réelle de travail issue des enquêtes en entreprise. Il repose sur la définition de la notion de « langue de communication à usage professionnel » (LCUP). Actuellement, il concerne treize langues. Pour plus d'information voir le lien : <http://www.education.gouv.fr/cid55748/le-diplome-de-competence-en-langue-dcl.html> [15. 11. 2013.]

¹²⁵Pour plus d'information voir le lien : <http://www.francais.cci-paris-idf.fr/ddifos/> [01. 02. 2015.]

attiré l'attention pour que les tâches soient conçues dans la perspective actionnelle, c'est-à-dire qu'elles correspondent le plus possible aux situations réelles de la communication professionnelle. L'approche actionnelle d'enseignement consiste dans la réalisation des tâches et des projets les plus possibles proches à des situations réelles et de la communication réelle. En effet, les tâches représentent une caractéristique de la vie quotidienne personnelle, publique, éducationnelle et professionnelle. La résolution des tâches devrait exiger l'activation de plusieurs compétences. Comme les compétences communicatives langagières représentent la base de la communication professionnelle, les tâches et les exercices se réfèrent aux différentes compétences linguistiques, sociolinguistiques et pragmatiques.

Concernant les compétences linguistiques, les tâches et les exercices se réfèrent principalement aux compétences grammaticales, sémantiques et lexicales. La compétence lexicale est extrêmement importante dans l'apprentissage du FOS/FS et une attention particulière est consacrée également à la sémantique lexicale, à l'acquisition du vocabulaire et à l'utilisation des dictionnaires spécialisés. Au lieu de mémoriser un grand nombre de termes spécialisés, il est mieux de passer par l'application pratique et l'adaptation du projet à chaque apprenant, ce qui augmente aussi leur motivation (Challe, 2002 : 75). Pour cette raison nous avons donné quelques pistes pour la création des dictionnaires combinatoires personnalisés qui aideront l'acquisition du vocabulaire et de la terminologie.

Les compétences sociolinguistiques, telles que les marqueurs des relations sociales, les règles de politesse ou les différences de registre sont également importantes dans la didactique des langues que les autres compétences linguistiques. L'aspect interculturel joue un rôle très important dans le management international et dans les relations commerciales. L'éducation interculturelle nous permet la compréhension de la culture des partenaires commerciaux, d'éviter les malentendus et les fausses interprétations des gestes. L'enseignant de langues étrangères, sauf la connaissance du contenu linguistique et les règles de grammaire, devrait bien connaître la culture et les valeurs du pays dont la langue est enseignée. Pourtant, comme un médiateur entre les

deux cultures il devrait avoir aussi une bonne connaissance de sa propre culture et de ses valeurs.

En outre, les compétences pragmatiques, telles que savoir organiser les phrases, bien structurer le discours, prendre la parole, mener une conversation téléphonique, organiser efficacement une argumentation lors d'un débat ou pendant les relations sont également indispensables pour une communication professionnelle (Breton, 2004, 2008). La plupart des tâches qui correspondent à ces compétences sont fondées sur la simulation globale ou sur le jeu de rôle, sont associées aux responsabilités pour lesquelles nous estimons que les apprenants auront dans la vie professionnelle.

Enfin, concernant l'évaluation des résultats, il faudrait trouver un moyen qui évaluera le mieux toutes les compétences. Il est bien évident que la façon dont les apprenants sont évalués aujourd'hui en Serbie ne correspond ni aux apprenants, ni aux enseignants. Ainsi, dans l'avenir il faudrait trouver des façons plus efficaces, surtout lorsqu'il s'agit d'évaluation dans l'enseignement du FOS/FS. Dans ces démarches, il ne s'agit pas seulement d'évaluer les compétences linguistiques, mais aussi la capacité à utiliser la langue dans les tâches professionnelles.

5. CONCLUSION GÉNÉRALÉ

La conclusion générale représente la partie récapitulative de cette thèse. Tout d'abord, nous voudrions brièvement présenter le résumé de chaque partie en répondant aux objectifs posés au début de la thèse. Ensuite, nous reviendrons à la problématique générale présentée à l'introduction et suggérerons quelques résolutions concrètes. La recherche de cette thèse visait à attirer l'attention sur la possibilité d'améliorer la didactique de la langue française dans le domaine professionnel en Serbie. En outre, dans cette partie concluante, nous soulignerons les limites de nos recherches et finirons par indiquer quelques pistes pour les recherches ultérieures à partir de cette recherche.

Dans la première partie, nous avons défini l'ancrage théorique dans le domaine de la didactique des langues sur objectif spécifique et des langues de spécialité, ainsi que les recherches dans le domaine d'AD. Tout d'abord, nous avons souligné l'importance du plurilinguisme pour les entreprises modernes dans les relations économiques internationales. Très souvent, cette condition pour la réussite en affaires à l'étranger d'une entreprise est ignorée. Ainsi, il est nécessaire d'attirer davantage l'attention sur l'importance des stratégies d'apprentissage des langues. Ensuite, nous avons présenté un aperçu historique du développement de la didactique de l'apprentissage/ensemencement du FOS/FS depuis la mouvance du français fondamental jusqu'à nos jours. Dans un second temps nous avons décrit les recherches de la linguistique appliquée dans le domaine de l'économie et le rôle de la langue au travail. La connaissance des enjeux de la communication professionnelle représente aujourd'hui la base pour le succès dans les affaires internationales. La didactique des langues étrangères devrait prêter plus d'attention à la présentation de ces enjeux aux apprenants. Par ailleurs, l'analyse du discours joue un rôle important dans la didactique du FOS/FS afin de détecter les éléments linguistiques les plus fréquents. Dès lors, nous avons donné d'abord quelques définitions du discours et ensuite les différentes approches méthodologiques de l'AD en reliant leur application à l'analyse de notre corpus. À la fin de la première partie, nous avons présenté également le développement de l'AD, ainsi que la didactique du LOS et du LS en Serbie.

La deuxième partie décrit le contexte socio-économique dans lequel se situe actuellement la didactique de la langue française en Serbie. Dans un premier temps, nous

avons décrit le système d'enseignement supérieur serbe ainsi que la présence des différentes institutions françaises en Serbie chargées de l'amélioration des relations bilatérales franco-serbes, mais aussi de l'expansion de la culture française en Serbie. Nous avons décrit les relations économiques entre la France et la Serbie, ainsi que les relations entre la Serbie et le monde francophone, particulièrement avec l'Algérie. En raison de la compatibilité de l'économie de ces pays, il existe un grand potentiel pour le développement des relations économiques dans l'avenir. C'est une autre raison pour laquelle nous devrions améliorer la didactique du FOS/FS en Serbie. L'analyse des besoins langagiers montre les domaines et les secteurs d'activité dans lesquels la connaissance des langues étrangères est la plus importante. La troisième partie définit les caractéristiques linguistiques du discours économique et commercial. Le discours est analysé à partir de documents authentiques issus du milieu professionnel francophone. Tout d'abord, nous avons décrit l'importance des documents authentiques dans l'apprentissage/enseignement du FOS/FS. Ensuite, nous avons présenté notre corpus, ainsi que les sources et les problèmes de sa constitution. L'analyse du discours a mis en évidence les caractéristiques les plus évidentes de ce genre de discours :

- les phrases sont complexes et souvent longues avec de nombreux déterminants et nombreuses subordinations ;
- le temps dominant est le présent d'énonciation ;
- une forte présence de tournures passives, de participes présents et des expressions de cause et de conséquence ;
- un lexique appréciatif, lié au domaine de la finance, d'économie et de la gestion, et un grand nombre d'adverbes de manière, des sigles et des anglicismes ;
- la présence de certains marqueurs des relations sociales, de différents registres et de règles de politesse est importante ;
- même si les Français comme les Serbes sont polychromes (selon la catégorisation du E. T. Hall), il existe aussi des différences interculturelles importantes entre les deux nations.

La quatrième partie a traité des possibilités d'application des résultats obtenus par l'analyse du discours pour la constitution des tâches à effectuer. Les tâches

correspondent aux compétences communicatives proposées par le CECR. La tâche proposée dans l'approche actionnelle doit être le plus proche possible de la situation réelle de la communication professionnelle. À la fin de cette partie nous avons présenté les différents moyens de l'évaluation, ainsi que la certification des compétences dans FOS ou dans FS.

La problématique principale mentionnée à l'introduction de cette thèse est que l'enseignement/apprentissage actuel de la langue française en Serbie ne correspond pas aux besoins économiques du marché mondial. En principe, la didactique des langues étrangères en Serbie ne consiste qu'à l'explication grammaticale et lexicale du contenu des manuels avec la description partielle de la culture et de la civilisation. Ce qui manque, c'est l'application pratique de la langue dans les affaires, ainsi que l'adaptation d'enseignement aux besoins langagiers modernes de la société, des institutions, des entreprises et des apprenants.

Ainsi, d'un côté les entreprises se trouvent face à la difficulté de trouver le cadre bien compétent dans les sciences économiques qui parlent français et de l'autre côté les apprenants qui étudient le français général n'ont pas la connaissance fonctionnelle du français pour l'utiliser dans la communication professionnelle. Pour déterminer les spécificités du français dans le domaine économique et commercial, il a fallu analyser le discours économique et commercial qui circule dans la communication professionnelle. L'analyse du discours d'un corpus constitué des documents issus du milieu professionnel francophone a permis la détection des caractéristiques linguistiques les plus fréquentes dans ce genre de discours. Les résultats de l'analyse ont servi ensuite pour la proposition des tâches qui pourront être utilisées pour l'élaboration didactique du FOS/FS dans un contexte socio-économique en Serbie.

Sur le plan théorique nous avons mis en évidence l'importance du plurilinguisme pour les relations économiques internationales, nous avons décrit les spécificités de la didactique du FOS/FS, ainsi que les différentes approches de l'AD et de la linguistique appliquée pour décrire le rôle de la langue dans le travail. Sur le plan empirique nous avons proposé des outils pour la collection et l'analyse des besoins

linguistiques et nous avons détecté les caractéristiques linguistiques du discours économique et commercial les plus fréquents. En outre, nous avons proposé des solutions concrètes pour l'amélioration de la didactique du FOS/FS en Serbie afin de rendre les apprenants plus performants et plus opérationnels dans l'exécution de leurs tâches professionnelles.

5.1. Limites de la recherche

La recherche de cette thèse a bien évidemment ses limites. Pour surmonter certaines de ces limites, il faudrait inclure le public et la recherche scientifique plus large. Nous ne citerons que quelques principales limites avec des suggestions pour les surmonter (voir le tableau 27) :

- Nous n'étions pas en mesure d'obtenir certains documents et certains enregistrements qui pourraient être très importants pour l'analyse du discours économique et commercial, à cause de leur très grande confidentialité (contrats des ventes, enregistrements des négociations commerciales avec des clients, enregistrements de la réunion concernant la résolution d'un problème au sein de l'entreprise, etc.). Établir une coopération avec des gens qui sont en mesure de parvenir à ces documents et qui sont prêts à coopérer, pourrait contribuer à se procurer ces documents.
- La documentation professionnelle implique un grand nombre de documents de toutes sortes qui circulent dans la communication professionnelle et il est presque impossible de les recueillir tous. Selon la constatation de Mazière (2005 : 56) :
« ... le corpus n'est plus un ensemble clos de textes, c'est un ensemble sans frontière où l'interdiscours, extérieur fait irruption dans l'intradiscours ». Nous avons limité notre corpus principalement aux documents qui sont facilement retrouvables et disponibles sur l'Internet ainsi que les documents qui sont les plus fréquents dans la communication professionnelle. En fonction des domaines, les

entreprises utilisent divers documents. Ainsi, les documents devraient être collectés en fonction des besoins de l'entreprise et son domaine d'affaires.

- La petite taille des apprenants échantillonnés concernant les besoins langagiers en Serbie, ainsi que le nombre des entreprises qui ont participé aux projets et aux études menés par l'UE. En outre, chaque entreprise a les besoins différents et il est assez difficile de généraliser les besoins. Dans un autre travail, il faudrait refaire des recherches plus précises sur un échantillon plus grand concernant les besoins langagiers des apprenants et des entreprises en Serbie.
- Les relations économiques de la Serbie avec la France et le monde francophone, ainsi que le potentiel qui existe, ne sont pas suffisamment examinés. Dans cette thèse, nous n'avons énuméré que quelques détails concernant les relations bilatérales afin de démontrer qu'il existe effectivement un besoin d'apprentissage du FOS/FS en Serbie. L'histoire des relations de la Serbie avec la France, ainsi qu'avec le monde francophone, nécessite une recherche interdisciplinaire détaillée incluant des chercheurs des autres domaines, tels que les économistes, les politicologues, les historiens, les sociologues, etc. Ces études pourront contribuer dans une large mesure à l'amélioration et à l'avancement des relations dans l'avenir.
- La situation dans les relations économiques est en constante évolution, si bien que nous étions obligé de changer les données plusieurs fois au cours de la rédaction de cette thèse. Évidemment, il existe une grande probabilité qu'entre-temps il y a eu de nouveaux changements. Il est nécessaire de renouveler constamment et fréquemment les recherches sur les relations économiques, afin d'avoir une image plus claire et plus fiable de la situation actuelle.
- Les caractéristiques linguistiques que nous avons indiquées dans cette thèse n'apparaîtront pas nécessairement dans l'analyse du discours provenant des autres domaines. Pour cette raison, en fonction des besoins des apprenants et de

l'entreprise, il s'agirait d'analyser le discours dans les autres domaines spécifiques.

Tableau 27 : Les limites de la recherche et les solutions possibles

Les limites de la recherche	Les solutions possibles
La confidentialité de certains documents.	Essayer d'établir la coopération avec des gens qui sont en mesure de parvenir à ces documents et qu'ils sont prêts à les partager.
Un grand nombre de toute sorte des documents qui circulent dans la communication professionnelle.	Le recueil des documents en fonction du domaine spécifique et des besoins des apprenants.
Un petit échantillon des étudiants et des entreprises.	Refaire des recherches plus précises sur un échantillon plus grand.
Les relations économiques de la Serbie avec la France et le monde francophone ne sont pas suffisamment examinées.	Refaire une recherche interdisciplinaire détaillée des relations bilatérales incluant des chercheurs des autres domaines (économistes, politicologues, historiens, sociologues, etc.).
Le changement rapide de la situation sur le plan économique.	Il est nécessaire de renouveler ces recherches constamment et fréquemment.
Les caractéristiques linguistiques sont différentes en fonction des domaines où surgit le discours.	Analyser le discours dans les autres domaines spécifique.

5.2. Pistes pour des recherches ultérieures

À la fin de ce travail nous voudrions citer quelques pistes pour les recherches ultérieures que nous prévoyons de faire à l'avenir ou de donner les idées à quiconque s'intéresserait aussi à cette problématique. Le travail de cette thèse représente en quelque sorte une base pour la démarche du FOS/FS dans le contexte socio-économique en Serbie. Par la suite, il faudrait adapter ces démarches aux différents domaines de la communication professionnelle. En particulier, la démarche du FOS/FS devrait être développée dans les domaines qui représentent le plus grand potentiel de la Serbie pour la coopération professionnelle avec les entreprises francophones. Par exemple, l'analyse du discours économique et commercial dans le domaine d'agro-industrie et son implication à la didactique de la langue française dans l'université d'agriculture ou dans

les entreprises de ce domaine. Les mêmes recherches devraient être faites dans le domaine de la construction, de l'industrie militaire, etc. (voir dans § 2.3 les domaines qui représente le plus grand potentiel pour la coopération professionnelle avec le monde francophone).

Une recherche interdisciplinaire plus profonde devrait être menée pour étudier les relations bilatérales entre la Serbie et la France, mais aussi avec les pays francophones. Il existe un grand potentiel pour une coopération mutuelle entre ces pays et il faudrait retrouver des moyens de les améliorer. Ainsi, la didactique des langues étrangères pourrait jouer un grand rôle pour le développement des relations interculturelles, un aspect très important dans les relations économiques internationales.

Dans l'avenir très proche nous envisagerons également de mettre en place des outils web 2.0¹²⁶ dans la didactique du FOS/FS en Serbie. Généralement, les apprenants du FOS sont les hommes d'affaire assez occupés et fréquemment en déplacement, et les technologies du web 2.0 permettent l'apprentissage en mobilité (Olivier et Puren, 2011 : 46). De plus, comme le langage de l'économie et du commerce subit une évolution extrêmement rapide, il est nécessaire d'encourager les apprenants à utiliser les nouveaux dictionnaires électroniques spécialisés. Ces dictionnaires en tant que réseau de relations lexico-sémantiques, peuvent orienter les apprenants sur le parcours à suivre pour obtenir les données recherchées (Maiello, 2014). L'utilisation des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) suppose un pas en avant dans le processus d'apprentissage/enseignement. Le TIC représente aujourd'hui une partie intégrante de la vie quotidienne et de la vie professionnelle ainsi que l'Internet peut fournir des informations sur n'importe quel sujet. De plus, les TIC représentent un outil pour la rédaction, les liens avec les dictionnaires, les informations ou les encyclopédies en ligne et ainsi elles peuvent être considérées comme le concept d'apprentissage pour la vie. V. Cakeljic (2009) a décrit déjà l'implication de l'Internet et des équipements informatiques

¹²⁶La notion Web 2.0 commence à s'utiliser largement depuis 2004, lors de la première conférence sur Web 2.0. Elle désigne l'utilisation des services de la communication sur l'Internet. Actuellement, on assiste au développement des plusieurs versions, telles que Web 3.0 et Web 4.0. Pour plus d'information voir le lien : <http://www.Internetactu.net/2005/09/29/quest-ce-que-le-web-20/>. [06.04.2015] Voir aussi le blog du prof Web 2.0 <http://profgeek.jimdo.com/>. [06.04.2015]

pour accéder à des informations aussi diverses que possibles dans la didactique du français des affaires à l'Université. Cependant, il faudrait étudier encore les moyens par lesquels l'utilisation des TIC et de l'Internet pourrait rendre l'apprentissage/enseignement du FOS/FS encore plus attractifs dans les milieux professionnels en Serbie. Même si ces méthodes ont ses faiblesses, elles peuvent certainement faciliter l'accès à l'information et être plus facilement adaptées à chaque apprenant.

Selon certains articles parus dans les ouvrages communs et selon l'enquête concernant l'analyse des besoins langagiers, il est remarquable qu'un certain nombre d'étudiants ne soit pas suffisamment intéressés pour l'apprentissage du français. Même si, selon l'enquête, les étudiants sont conscients de l'importance de l'apprentissage du français, ils ne sont pas très motivés et ils ne consacrent pas assez de temps pour l'étudier. Dès lors, il faudrait mener une étude interdisciplinaire afin de trouver les moyens pour la motivation des étudiants à apprendre le français.

Finalement, il faudrait présenter l'application pratique de la didactique du FOS/FS sur le plan macro et micro aux institutions et aux entreprises en Serbie, ainsi que les avantages qu'ils bénéficieraient. Sur le plan macro, il faudrait influencer les écoles et les universités en Serbie de prendre la vue aux besoins langagiers du marché et des PME locales lors de la conception du curriculum. Sur le plan micro, chaque institution ou entreprise en Serbie qui fonctionne ou prévoit ses activités sur le marché francophone devrait examiner ses besoins langagiers et conformément impliquer la démarche du FOS ou du FS.

Indexe des noms

A

Adam, J.-M., 33, 75, 80, 81, 118, 120, 372
Amossy, R., 99, 214, 269, 270, 372, 373, 393
Armengaud, D., 108, 109, 117, 373
Auchlin, A, 99, 110, 242, 245, 269, 347, 373, 388, 392

B

Bakhtine, M., 74, 78, 86, 96, 97, 98, 120, 123, 373, 394
Beacco J.-C, 37, 47, 71, 81, 101, 102, 123, 222, 316, 341, 342, 374, 377, 378, 389
Benveniste, É, 86, 87, 108, 115, 116, 119, 120, 216, 219, 222, 374, 380
Besse, H., 171, 192, 347, 374
Binon, J., 230, 335, 375, 395
Borzeix, A., 375, 383, 385
Bourses, 143, 371
Boutet, J., 54, 65, 66, 79, 101, 113, 278, 375, 376
Breton, P., 95, 268, 269, 349, 358, 376
Bronckart, J.-P., 67, 91, 117, 200, 327, 354, 376, 382
Bugarski, R., 37, 42, 65, 73, 100, 109, 111, 113, 117, 135, 235, 283, 340, 376

C

Carras, C., 45, 47, 68, 79, 174, 305, 306, 308, 310, 312, 341, 354, 377
Challe, O., 45, 46, 47, 312, 323, 325, 335, 358, 377
Charaudeau, P., 32, 74, 75, 77, 82, 88, 89, 91, 98, 99, 104, 112, 115, 116, 189, 211, 216, 262, 263, 271, 272, 276, 296, 299, 314, 377, 378
Chiss, J.-L., 37, 322, 374, 376, 378
Chomsky, N., 79, 314, 378
Cuq, J.-P., 44, 49, 71, 75, 135, 168, 171, 172, 190, 193, 194, 327, 329, 330, 339, 353, 379

D

Ducrot, O., 73, 76, 77, 86, 87, 98, 99, 108, 112, 115, 117, 263, 380

E

Eurin, S. et Henao, M., 45, 133, 136, 137, 171, 173, 184

F

Fillettaz, L., 65, 67, 212, 381, 382, 392

H

Hall, E. T., 11, 12, 33, 189, 267, 284, 342, 344, 362, 383, 458
Hofstede, G., 12, 33, 189, 284, 285, 286, 344, 375

K

Kerbrat-Orecchioni, C., 86, 89, 91, 92, 93, 94, 108, 114, 115, 384

L

Le Boterf, G., 47, 180, 308, 311, 316, 385
Lehmann, D., 45, 46, 47, 79, 170, 173, 281, 374, 377, 385
Lerat, P., 68, 69, 255, 322, 386

M

Maingueneau, D., 32, 74, 75, 77, 79, 82, 88, 89, 91, 98, 99, 101, 107, 112, 115, 116, 118, 202, 203, 206, 210, 211, 212, 213, 216, 219, 262, 263, 376, 378, 386
Mangiante, J.-M., 32, 47, 48, 50, 52, 53, 168, 170, 173, 180, 222, 305, 306, 315, 318, 340, 346, 383, 386, 387, 389, 391
Moeschler, J., 76, 91, 92, 99, 108, 110, 111, 112, 114, 115, 116, 242, 245, 269, 290, 291, 347, 388, 391, 396
Moirand, S., 68, 71, 81, 88, 98, 205, 210, 213, 222, 261, 278, 313, 374, 385, 388, 389, 391
Mourlhon-Dallies, F., 40, 47, 65, 68, 71, 118, 262, 312, 327, 357

P

Plantin, C., 262, 263, 272, 391
Popović, M., 247, 250, 330, 391
Puren, C., 44, 45, 46, 174, 345, 367, 390, 391

R

Robert, J.-P., 37, 46, 88, 113, 119, 174, 190, 245, 304, 305, 310, 311, 315, 345, 387, 392, 394
Roulet, É., 76, 91, 94, 97, 99, 392

S

Sarfati, G.-E., 75, 76, 79, 81, 98, 108, 110, 111, 112, 114, 115, 117, 119, 120, 386, 390, 393
Saussure, F., 79, 86, 103, 108, 393

Stanojević, V., 112, 219, 237, 238, 239, 258, 373,
393, 394

T

Tagliante, C., 38, 192, 306, 354, 394

V

Van Dijk, T.A., 81, 106, 119, 394, 395
Vion, R., 91, 93, 94, 115, 315, 385, 395

Z

Živković, D., 65, 396, 80, 82, 85, 127, 143, 190

Bibliographie

- Abdalah-Pretceille, M., 1999, *L'éducation interculturelle*, Paris: PUF
- Abendroth-Timmer, D., 2006, « Développement de compétences réceptives en vue d'une augmentation de la motivation à l'apprentissage des langues », in G.Bach, G. Holtzer, (eds.), *Pourquoi apprendre des langues ?*, *Orientations pragmatiques et pédagogiques*, Bruxelles : Peter Lang, p. 125-143
- Adam, J.-M., 2011a, *Linguistique textuelle, Des genres de discours aux textes*, 3ed, Paris : Armand Colin
- Adam, J.-M., 2011b, *Les textes : types et prototypes*, Paris : Armand Colin
- Adam, J.-M., 2008, « Autour de quelques ré-énonciations du cogito cartésien », dans O. Bertrand, S. Prévost et al., *Discours, diachronie, stylistique du français*, Bruxelles : Peter Lang
- Adam J.-M., 2005, « Qu'avons-nous fait des espoirs mis dans l'analyse de discours et la théorie du texte », dans C. Jackuet-Pfau, J.-F. Sablayrolles et al., *Mais que font les linguistes ? Les sciences du langage, vingt ans après*, Paris : Hermattan, p.109-120
- Adam, J.-M., 2004, « Une approche textuelle de l'argumentation. « Schéma », séquence et phrase périodique », dans *L'argumentation aujourd'hui, positions théoriques en confrontation*, Paris : Presses Sorbonne Nouvelle, p. 77-102
- Adam, J.-M., 2001, « Types de textes ou genres de discours ? Comment classer les textes qui disent de et comment faire ? » *Langage*, n°141, p.10-27
- ADARR, *Analyse du discours. Argumentation et rhétorique*, [En ligne], Consulté le 27 Août 2012 sur : <http://www.tau.ac.il/~adarr/index.files/presentation.html>
- Aker, D.A., Kumar, V. Dej, Dž., 2008, *Marketinško istraživanje*, 9 ed. Beograd: Ekonomski fakultet
- Albert, L., 2006, *Dictionnaire des termes économiques et commerciaux*, De Vecchi
- Albertini, T., Helfer, J.-P., Orsoni, J., 2001, *Dictionnaire de marketing*, Paris : Vuibert

- Alliance Française, 2008, *Référentiel de programmes*, Paris : CLE International
- Alonso, É., Barraïs D., Bellenger, L. et al., 2008, *La bible du manager*, ESF, Issy-les-Moulineaux
- Ambroise, B., 2008, *Qu'est-ce qu'un acte de parole ?*, Paris : Vrin
- Amossy, R., 2009, « Argumentation in Discourse : A socio-discursive Approach to Arguments », dans *Informal Logic*, Vol. 29, n°3, p. 252-267
- Amossy, R., 2006, *L'Argumentation dans le discours*, 2.ed, Paris : Colin, Cursus
- Amossy, R., 2005, « De l'apport d'une distinction : dialogisme vs polyphonie dans l'analyse argumentative », dans *Dialogisme et polyphonie, Approche linguistiques*, Bruxelles : DeBoeck
- Armengaud, F., 2007 (1985), *La Pragmatique*, 5ed, Que sais-je ?, Paris : PUF
- Ašić, T., Stanojević, V., 2013, « L'expression du temps à travers l'espace : présentation », dans *Langue française*, n°179, p.3-12
- Auchlin, A., 1998, « Les dimensions de l'analyse pragmatique du discours dans une approche expérientielle et systématique de la compétence discursive », dans J. Verschueren (eds.), *Pragmatics in 1998*, 6th International Pragmatics Conference, Anvers : IPrA, p. 1-22
- Austin, J.-L., 1970 (1962), *Quand dire, c'est faire*, Paris : Le Seuil
- Bakhtine, M., 1984, *Esthétique de la création verbale*, Paris : Gallimard
- Bakhtine, 1978 (1935), « Du discours romanesque », *Esthétique et théorie du roman*, Paris : Gallimard, p. 83-233
- Bakhtine, M., - Volochinov, V.N., 1977 (1929), *Le marxisme et la philosophie du langage*, Paris : Minuit
- Baldinger, K., 1984, *Vers une sémantique moderne*, Paris : Klincksieck
- Bally, C., 1965 (1932), *Linguistique générale et linguistique française*, Berne : Francke
- Bally-Wehrle, A., 2003, « Enseigner les langues de spécialité, la simulation d'entreprise », dans *Le français dans le monde* n°333, Paris : CLE International
- Bange, P., Carol, R. et al., 2005, *L'apprentissage d'une langue étrangère, Cognition et interaction*, Paris : L'Harmattan
- Bardin, L., 1993, *L'analyse de contenu*, 7ed., Paris : PUF

- Barry, A. O., 2002, « Les bases théoriques en analyse du discours », dans *Les textes de méthodologie*, [en ligne], consulté le 27 Août 2012 sur :
<http://www.er.uqam.ca/nobel/ieim/IMG/pdf/metho-2002-01-barry.pdf>
- Bas, L., Droit-Hesnard, C., 2005, *La correspondance commerciale française*, Paris : Nathan
- Barthes, R., 1967, *Système de la mode*, Paris : Seuil
- Barreyre, J.-Y., Bouquet, B., (dir), 2006, *Nouveau dictionnaire critique d'action sociale*, Paris : Bayard
- Bautier, E., 1995, *Pratiques langagières, pratiques sociales, De la sociolinguistique à la sociologie du langage*, Paris : Harmattan
- Baylon, C., Fabre, P., 2012, *Intégration à la linguistique, Cours et applications corrigés*, 2.ed, Paris : Colin
- Baylon, C., Mignot, X., 2007, *Initiation à la sémantique du langage*, Paris : Armand Colin
- Beacco, J.-C., 2000, *Les dimensions culturelles des enseignements de langue*, Paris : Hachette
- Beacco, J.-C., Lehmann, D., « Publics spécifiques et communication spécialisée », dans n°spécial du *Français dans le Monde, Recherches & Applications*, août/septembre 1990, Paris : Hachette, p. 123-130
- Beacco, J.-C., Moirand, S., 1995, « Autour des discours de transmission des connaissances », dans *Langages*, n°117, p. 32-53
- Beacco, J.-C., Castellotti, V., Chiss, J.-L., 2007, *L'approche par compétence dans l'enseignement*, Paris : Didier
- Beacco, J.-C., Byram, M., 2007, *Guide pour l'élaboration des politiques linguistiques éducatives en Europe, De la diversité linguistique à l'éducation plurilingue*, Strasbourg : Conseil de l'Europe
- Bellatreche, H., 2009, « L'usage de la langue française en Algérie, cas d'étude : le secteur bancaire », dans *Synergie Algérie*, n°8, p. 107-113
- Bennett, M.J., 1993, « Towards ethnorelativism: A developmental model of intercultural sensitivity », dans R. M. Paige (eds.), *Education for the Intercultural Experience*, Yarmouth, ME: Intercultural Press, p. 21-71

- Benoit, W.L., Benoit, P.J., 2013 (2008), *Persuasive message: the process of influence*, (en cro.), Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- Benveniste, E., 1966, *Problématique de linguistique générale I*, Paris : Gallimard
- Benveniste, E., 1974, *Problématique de linguistique générale II*, Paris : Gallimard
- Besse, H., 1985, *Méthodes et pratiques des manuels de langue*, Paris : Didier
- Besse, H., 1987, « Document authentiques et enseignement/apprentissage de la grammaire d'une langue étrangère », dans *Une introduction à la recherche scientifique en didactique des langues*, J. Cortes (eds.), Paris : Crédif, p. 183 – 214
- Besse, H., Porquier, R., 1991, *Grammaire et didactique des langues*, Paris : Didier
- Bevort, A., Jobert, A., et al, 2012, *Dictionnaire du travail*, PUF : Paris
- Binon, J., et al., 2006, « L'enseignement/apprentissage du vocabulaire et la lexicographie pédagogique du français sur objectifs spécifiques (FOS) : le domaine du français des affaires », dans *Revue de didactologie des langues-cultures et de lexiculturologie*, n°141, p.271-283
- Binon, J., S., Verlinde, J., Van Dyck at al, 2000, *Dictionnaire d'apprentissage du français des affaires (DAFA)*, Paris : Didier
- Bosche, M. (dir), 1993, *Le management interculturel*, Paris : Nathan
- Bojanić, Ž., 2010, *Osnove komunikologije, veštine poslovnog komuniciranja*, Novi Sad: USEE
- Bollinger, D., Hofstede, G., 1987, *Les différences culturelles dans le management – Comment chaque pays gere-t-til ses hommes?*, Paris : Edition d'organisation
- Bonnafoous, S., Temmar, M., 2007, *Analyse du discours et sciences humaines et sociales*, Paris : Ophrys, Paris
- Boodts, A., 2010, *L'économie serbe dans un contexte régional, communautaire et international*, Note de l'Ifri
- Bourdieu, P., 1982, *Ce que parler veut dire. L'économie des échanges linguistiques*, Paris : Fayard
- Bourgignon, C., 2009, « L'apprentissage des langues par action », dans *L'approche actionnelle dans l'enseignement des langues*, Paris : Maison des langues
- Borzeix, A., 2001, « Le travail et sa sociologie à l'épreuve du langage », dans A. Borzeix & B. Fraenkel (eds.), *Langue et travail*, Paris : Editions du CNRS, p. 55-88
- Boutet, J., 2010, *Le pouvoir des mots*, Paris : La dispute

- Boutet, J., 2008, *La vie verbale au travail*, Toulouse : Octarès
- Boutet, J., 2001, « Les mots du travail » dans A. Borzeix & B. Fraenkel (eds.), *Langue et travail*, Paris : Editions du CNRS, p. 189-202
- Boutet, J., 1997a, (1994), *Construire le sens*, Berne : Petar Lang
- Boutet, J., 1997b, *Langage et société*, Paris : Seuil
- Boutet, J., 1988, « Quand le travail rationalise le langage », dans J. Kergoat et al., *Le Monde du travail*, Paris : La découverte, p.153-164
- Boutet, J., Gardin, B., 2001, « Une linguistique du travail », dans A. Borzeix & B. Fraenkel (eds.), *Langue et travail*, Paris : Editions du CNRS, p. 89-112
- Boutet, J., Maingueneau, D., « Sociolinguistique et analyse de discours : façon de dire, façon de faire », dans *Langage et société*, 2005/4, n°114, p. 15-47
- Boutin-Quesnel et al., 1985, *Vocabulaire systématique de la terminologie*, Publication du Québec
- Božić, M., 2009, *Ekonomska politika*, Niš: Pravni fakultet u Nišu
- Bracops, M., 2006, *Introduction à la pragmatique, Les théories fondatrices : actes de langage, pragmatique cognitive, pragmatique intégrée*, Bruxelles : De Boeck
- Breton, P., 2008, *Convaincre sans manipuler, Apprendre à argumenter*, Paris : La découverte
- Breton, P., 2004, *Argumenter en situation difficile*, Paris : La découverte
- Breton, P., 2003, *L'argumentation dans la communication*, Paris : La découverte
- Bronckart, J.-P., 2005, « Pourquoi et comment repenser l'enseignement des langues ? », dans J.-P. Bronckart, E. Bulea, M. Pouliot (dir.), *Repenser l'enseignement des langues : Comment identifier et exploiter les compétences*, Villeneuve d'Asque : Septentrion
- Bronckart, J.-P., 1997, *Activité langagière, textes et discours. Pour un interactionnisme socio-discursif*, Neuchâtel et Paris : Delachaux et Niestlé
- Bronckart, J.-P., 1996a, *Activité langagière, textes et discours : pour un interactionnisme socio – discursive*, Paris : Delachaux et Niestlé
- Bronckart, J.-P., 1996b, « Genres de textes, types de discours et opérations discursives », dans *Enjeux*, n° 37/38, p. 31-47

- Bronckart, J.-P., 1994, *Le fonctionnement des discours, un modèle psychologique et une méthode d'analyse*, D. Bain, B. Schneuwly, C. Davaud et A. Pasquier (eds.), Lausanne et Paris : Delachaux et Niestlé
- Bronckart, J.-P., 1977, *Théorie du langage, une introduction critique*, Liège : Mardaga
- Bucheton, D., 2008, « Au carrefour des métiers d'enseignant, de formateur, de chercheur », dans *Didactique du français – Fondements d'une discipline*, J.-L. Chiss, J. David, Y. Reuter (éds.), Bruxelles : De Boeck, p. 193-210
- Bugarski, R., 2009, *Nova lica jezika, Sociolingvističke teme*, 2ed, Beograd : Čigoja
- Bugarski, R., 1996a, *Lingvistika u primeni*, Beograd : Čigoja
- Bugarski, R., 1996b, *Uvod u opštu lingvistiku*, Beograd : Čigoja
- Cabré, M.T., 1998, *La terminologie - Théorie, méthode, et application*, Ottawa : Armand Colin
- Cabré, M.T., 1994, « Terminologie et dictionnaires », dans *Meta : journal des traducteur*, Vol.39, n°4, p. 589-597
- Cakeljčić, V., 2011, « Novi izazovi u nastavi francuskog poslovnog jezika », dans *Zbornik radova : Jezik struke, izazovi i perspektive*, Beograd : DSJKS, p. 631-639
- Cakeljčić, T., 2009, « Integrisanje interneta u nastavi francuskog jezika menadžmenta na univerzitetu », dans *Zbornik radova: Teorija i praksa*, Beograd : Univerzitet u Beogradu, p. 333-342
- Candel, D., et al., 1990, « Aspect de la documentation scientifique et technique dans un grand dictionnaire de langue », dans D. Candel (eds.) *Dictionnaire et lexicographie, Autour d'un dictionnaire : le « Trésor de la langue française », témoignages d'atelier et voies nouvelles*, Paris : Didier érudition, p. 29-52
- Canu, A, 1992 *Rhétorique et communication*, Paris : Les Editions d'Organisation
- Carras, C., Tolas, J., Kohler, P, et Szilagyi, E, 2007, *Le français sur objectifs spécifiques et la classe de langue*, Paris : CLE international
- Carré, C., 2007, *La manipulation au quotidien - la repérer, la déjouer, et en jouer*, Paris : Eyrolles
- Challe, O., 2002, *Enseigner le français de spécialité*, Paris : Economica
- Challe, O., Lehmann, D., 1990, « Le français fonctionnel entre l'alternative politique et le renouvellement méthodologique », dans J.-C., Beacco, D., Lehmann

Publics spécifiques et communication spécialisée, le Français dans le monde, Recherche et application, p. 74-80

Champy, P., Étévé, C., et al., 2005, *Dictionnaire encyclopédique de l'éducation et de la formation*, 3ed., Paris : Retz

Charaudeau, P., 2000, « De la compétence sociale de communication aux compétences de discours », dans L. Collès, J.-L. Dufays, G. Fabry et C. Maeder (dir.) *Didactique des langues romanes : le développement des compétences chez l'apprenant*, Louvain-la-Neuve : De Boeck-Duculot

Charaudeau, P., 1995, « Une analyse sémiolinguistique du discours », dans *Langages*, n°117, Paris : Larousse

Charaudeau, P., 1992, *Grammaire du sens et de l'expression*, Paris : Hachette

Charaudeau, P., 1983, *Langue et discours, Eléments de sémiolinguistique (théorie et pratique)*, Paris : Hachette

Charaudeau, P., Maingueneau, D., 2002, *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris : Seuil

Chartrand, S.-G., « Outils pour l'enseignement des discours argumentatifs écrits en compréhension », dans *Québec français*, hiver 1995, n°96, p. 42-44

Chiss, J.-L., 2013, « La didactique du français et des langues à l'épreuve de la pluralité linguistique et culturelle » dans J.-C. Beacco, (eds.) *Éthique et politique en didactique des langues. Autour de la notion de responsabilité*, Paris : Didier

Chiss, J.-L., David, J., 2012, *Didactique du français et étude de la langue*, Paris : Armand Colin

Choi-Jonin, I., Delhay, C., 1998, *Introduction à la méthodologie en linguistique*, Strasbourg : PUS

Chomsky, N., 1971 (1965), *Aspects de la théorie syntaxique*, Paris : Seuil

Chomsky, N., 1969, *La linguistique cartésienne*, Paris : Seuil

Chomsky, N., 1969 (1957), *Structures syntaxiques*, Paris : Seuil

Cohen, M., 1956, *Pour une sociologie du langage*, Paris : Albin Michel

Commission Européenne, 2008, *Multilingualism: How languages help business*, disponible sur le lien : http://europa.eu/rapid/press-release_IP-08-1130_en.htm [07. 12. 2013.]

- Commission Européenne, 2006, *ELAN: Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise*, disponible sur le lien: <http://ec.europa.eu/languages/languages-mean-business/files/elan-fullreport> [07. 12. 2013.]
- Condamines, A., 2005, « Linguistique de corpus et terminologie », dans *Langages*, n°157, p. 36-47
- Conseil d'Europe, 2000, *Cadre européen commun de référence pour les langues*, Strasbourg : Didier
- Coste, P., 2010, *S'implanter en Serbie*, (dir.), Ubifrance : Belgrade
- Cotance, 2011, *Report on language needs in business – Companies' Linguistic & Language Related Needs in Europe*, Language Strategies for Competitiveness and Employability
- Courtyllon, J., 2003, *Élaborer un cours de FLE*, Paris : Hachette
- Coutler, F., et al., 2007, *Principi marketinga*, Zagreb : Mate
- Crystal, D., 2008, *A Dictionary of Linguistics and Phonetics*, 6.ed. Oxford: Blackwell
- Culioli, A., 1990-1999, *Pour une linguistique de l'énonciation*, 3 tomes, Paris : Orphys
- Cuq, J.-P. (dir.), 2003, *Dictionnaire de didactique du français*, Paris : CLE International
- Cuq, J.-P., Gruca, I., 2005, *Cours de didactique du français langue étrangère et seconde*, Grenoble : PUG
- Cyr, P., 1998, *Les stratégies d'apprentissage*, Paris : Cle International
- Dabene, L., 1994, *Repères sociolinguistiques pour l'enseignement des langues*, Paris : Hachette
- Damar, M.-E., 2009, *Pour une linguistique applicable*, Bruxelles : Petar Lang
- D'Agostino, S., et al., 2008, *Dictionnaire de sciences économiques et sociales*, Bréal, Rosny
- Daunay, B., 2011, « Parcours au sein des écrits professionnels des enseignants », dans B. Daunay, M. Fialip-Barratte et al., *Les écrits professionnels des enseignants, Approche didactique*, PUR : Rennes, p.15-34

- Delagneau, J.-M., 2010, « Analyse assistée par ordinateur de discours spécialisés et élaboration de dictionnaires combinatoires », *Cahiers de l'APLIUT*, Vol. XXIX n°1/2010, p. 83-97
- Dennery, M., 1999, *Piloter un projet de formation*, Paris : ESF éditeur
- Denyer, M., 2009, « La perspective actionnelle définie par le CECR et ses répercussions dans l'enseignement des langues », dans *L'approche actionnelle dans l'enseignement des langues*, Paris : Maison des langues, p.141-156
- Dinić, T., 2011, « Francuski jezik za univerzitetske namene », dans Zbornik radova: *Jezik struke, izazovi i perspektive*, Beograd : DSJKS, p. 624-630
- Dinić, T., 2009, « Le FOS : de la communication à l'action » dans Zbornik radova: *Teorija i praksa*, Beograd : Univerzitet u Beogradu, p. 280-285
- Dinvaut, A., 2011, « La langue sur objectifs spécifiques : représentations & défis, ressources & perspectives », dans Zbornik radova: *Jezik struke, izazovi i perspektive*, Beograd : DSJKS, p. 21-30
- Dion, G., Tavernier, C., « Entre français de spécialité et français langue professionnelle : le cas de la classe internationale de l'école Boule », dans *Langue et travail, FDLM, Recherches et applications*, n°42, juillet 2007, p. 180-191
- Dortier, J.-F., 2010, *Le langage, Introduction aux sciences du langage*, Auxerre : Sciences Humaines
- Douglas, D., 2000, *Assessing Languages for Specific Purposes*, Cambridge: Cambridge University Press
- Drummond, V., 2010, *Le management interculturel – Gérer la dimension multiculturelle dans l'entreprise*, Gereso
- Duboin J., Duphil F., Paveau J., Sarhan J.-M., 2001, *Commerce internationale*, Paris : Foucher
- Ducrot, O., 2004, « Argumentation rhétorique et argumentation linguistique », dans *L'argumentation aujourd'hui, positions théoriques en confrontation*, Paris : Presses Sorbonne Nouvelle, p.17-34
- Ducrot, O., 1985, *Le Dire et le dit*, Paris : Minuit
- Ducrot, O., 1984, *Dire et ne pas dire*, Paris : Minuit
- Ducrot, O., 1980, *Les mots du discours*, Paris : Minuit

- Ducrot, O., Schaeffer, J.-M., 1995 (1972), *Nouveau dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*, Paris : Seuil
- Ducrot O., Todorov C., 1987, *Enciklopedijski rečnik nauka o jeziku*, tom I i II, (trad. srb.) Beograd: Prosveta
- Durand et all., 2000, *Culture d'entreprise*, disponible sur le lien : <http://culture.entreprise.free.fr/> [21.01.2015.]
- Duterme, C., 2002, *La communication interne en entreprise*, Bruxelles : De Boeck
- Escoubas Benveniste, M.-P., 2010, « La définition dans le texte économique écrit de vulgarisation savante », première partie, Autour de la définition, dans *Publifarum*, n°11, disponible sur le lien : http://publifarum.farum.it/ezine_articles.php?id=146 [23, 01, 2015,]
- Etienne, D., 2011, *Enseigner les langues étrangères, Quels sont nos objectifs et nos priorités ?* Bruxelles : De Boeck
- Eurin, S., Henao, M., 1992, *Pratiques du français scientifique*, Paris : Hachette/Aupelf
- Extramiana, C., « Promouvoir la maîtrise du français dans le cadre de la formation professionnelle », dans *Langue et travail, FDLM, Recherches et applications*, n°42, juillet 2007, p. 112-117
- Fairclough, N., 1995, *Critical discourse analysis: The critical study of language*, London: Longman
- Farago, F., 1999, *Le langage*, Paris : Armand Colin
- Ferrari, M., 2012, « Des supports authentiques pourquoi faire ? », dans *Françparler*, disponible sur le lien : <http://francparler-oif.org/didactique/les-articles/1889-le-traitement-des-documents-authentiques-dans-lenseignement-apprentissage-du-fle-ou-du-fles.html> [15.09.2012.]
- Ferrari, M., « Langue et situation de travail : décloisonner pour mieux articuler », dans *Langue et travail, FDLM, Recherches et applications*, n°42, juillet 2007, p. 46-45
- Filliettaz, L., 2009a, « La linguistique appliquée face aux réalités de la formation professionnelle », dans *Bulletin suisse de linguistique appliquée*, n°90, p. 1-15

- Filliettaz, L., 2009b, « Les discours de consignes en formation professionnelle initiale : une approche linguistique interactionnelle », dans *Education & Didactique*, Vol 3, n°1, p. 91-122
- Filliettaz, L., 2006a, « La place du contexte dans une approche praxéologique du discours, Le cas de l'argumentation dans les interactions scolaire », dans *Pratiques* n°129/130, p. 71-88
- Filliettaz, L., 2006b, « Linguistique appliquée et activités de travail : état des lieux et perspectives dans le champ francophone » dans Cahier de l'institut de linguistique, Louvain-la-Neuve, p.53-79
- Filliettaz, L., 2002, *La parole en action. Eléments de pragmatique psycho-sociale*, Québec : Editions Nota bene
- Filliettaz, L. Bronckart, J.-P., 2005, *L'analyse des actions et des discours en situation de travail. Concepts, méthodes et applications*, (eds.) Louvain-La-Neuve : Peeters
- Fleming, M., 2010, *Les objectifs de l'enseignement et de l'apprentissage des langues*, Strasbourg : DPL, consultée sur le lien : www.coe.int/t/dg4/linguistic/.../Source2010.../Fleming-Aims_FR%20.doc [15.09.2012.]
- Foucault, M., 1969, *L'archéologie du savoir*, Paris : Gallimard
- Foucault, M., 1966, *Les mots et les choses*, Paris : Gallimard
- Fraenkel, B., Legris-Desportes, C., (dir.), 1999, *Entreprise et sémiologie, Analyser le sens pour maîtriser l'action*, Paris : Dundod
- Fuchs, C., 1994, *Paraphrase et énonciation*, Paris : Ophrys
- Gadet, F., 2005, « Le sociolinguiste et le société civil », dans C. Jackuet-Pfau, J.-F. Sablayrolles, et al., *Mais que font les linguistes ? Les sciences du langage, vingt ans après*, Paris : Hermattan, p. 121-128
- Galisson, R., 1993, *Évolution de l'enseignement des langues : 5000 ans d'histoire*, Paris : CLE International
- Galisson R., (dir.), 1980, *D'hier à aujourd'hui la didactique générale des langues étrangères du structuralisme au fonctionnalisme*, Paris : CLE International

- Gambier, Y., 1998, « Le français dans les communications spécialisées : bilan mitigé », dans Y., Gambier (dir.), *Discours professionnels en français*, Peter Lang p. 35-62
- Gaonac'h D., 1991, *Théories d'apprentissage et acquisition d'une langue étrangère*, Paris : Didier
- Gardiner, A. H., 1951, *Langage et acte de langage, aux sources de la pragmatique*, Oxford University Press
- Garric, N., Calas, F., 2007, *Introduction à la linguistique*, Paris : Hachette
- Genette, G., 1985, *Nouveau discours du récit*, Paris : Seuil
- Genette, G., 1982, *Palimpsestes*, Paris : Seuil
- Ghils, P., 2007, *Les théories du langage au XX siècle*, Louvain-la-Neuve: Bruylant
- Glaser, E., Guiherme, M., 2007, *Compétence interculturelle pour le développement de la mobilité professionnelle*, Conseil de l'Europe
- Goes, J., 2014, « Attribution adjectivale et argumentation », dans J. Goes, J.-M. Mangiante et al., (eds.), *Le langage manipulateur, pourquoi et comment argumenter ?*, Arras : APU, p. 111-120
- Gohard-Radenkovic, A., 1999, *Communiquer en langue étrangère, de compétences culturelles vers des compétences linguistiques*, Peter Lang, Éditions scientifiques européennes
- Greenberg, J., Baron, R. A., 1995, *Behavior in Organizations, Understanding and Managing the Human Side Of Work*, traduit par N. Grujić et al, Prentice-Hall Inc.
- Greimas, A. J., 1966, *Sémantique structurale. Recherche de méthode*, Paris : Larousse
- Greimas, A. J., et Courtès, J., 1993, *Sémiotique, dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris : Hachette
- Grin, F., 2002, *L'économie de la langue et de l'éducation dans la politique d'enseignement des langues*, Strasbourg : Conseil de l'Europe
- Grize, J.-M., 2004, « Le point de vue de la logique naturelle : démontrer, prouver, argumenter », dans *L'argumentation aujourd'hui, positions théoriques en confrontation*, Paris : Presses Sorbonne Nouvelle, p. 35-44
- Grize, J.-M., 1990, *Logique et langage*, Paris : Ophrys

- Grosjean, M., Lacoste, M., 1999, *Communication et intelligence collective. Le travail à l'hôpital*, Paris : PUF
- Grosjean, M., 2001, « Verbal et non-verbal dans le langage au travail », dans A. Borzeix & B. Fraenkel (eds.), *Langue et travail*, Paris : Editions du CNRS, p. 143-166
- Grupa 484, 2009, *Ne prolazi ulicom bez traga : ka interkulturalnosti*, Beograd
- Gumperz, J., Hymes, D., 1972, (eds.), « Directions in sociolinguistics », dans *The Ethnography of communication*, New York: Holt, Rinehart et Winston
- Hall, E. T., 1984, *La danse de la vie – temps culturel, temps vécu*, Paris : Seuil
- Hall, E. T., 1984 (1959), *Le langage silencieux*, Paris : Seuil
- Hall, E. T., 1979, *Au-delà de la culture*, Paris : Seuil
- Harris, Z. S., 1969, « Analyse du discours », trad. fr., *Langages*, 13, 8-45 (1^{er} ed. 1952, « Discourse analysis », *Language*, Vol. 28, p. 1-30)
- Heritage, J., 1995, « Conversation Analysis. Methodological aspect », dans U.M. Quasthoff (eds.), *Aspects of Oral Communication*, New York : Walter de Gruyter, p. 391-418
- Hjelmslev, L., 1971, *Essais Linguistique*, Paris: Minuit
- Hjelmslev, L., 1968, *Prolégomènes à une théorie du langage*, Paris: Minuit
- Huver, E., Springer, C., 2011, *L'évaluation en langages*, Paris : Didier
- Hybertie, C., 1996, *La conséquence en français*, Paris : Ophrys
- Ignjačević, A., 2004, « Strani jezici u Srbiji – pogled u prošlost i perspektive », dans *IV međunarodni interdisciplinarni simpozijum*, Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet : Novi Sad
- Ikodinović, N., 2011, « Le vocabulaire du français des affaires : l'emploi des sigles », dans *Zbornik radova : Jezik struke, izazovi i perspektive*, Beograd : DSJKS, p. 923-928
- Ivić, M., 2001, *Pravci u lingvistici II*, 9.ed., Beograd : Biblioteka XX vek
- Jakobson, R., 1963, *Essais de linguistique générale*, Paris : Édition de Minuit
- Josifović-Elezović, S., 2011, « Portfolio u nastavi jezika struke na univerzitetu », dans *Zbornik radova : Jezik struke, izazovi i perspektive*, Beograd : DSJKS, p. 314-325
- Kerbrat-Orecchioni, C., 2009, *L'énonciation*, Paris : Colin

- Kerbrat-Orecchioni, C., 2005, *Le discours en interaction*, Paris : Colin
- Kerbrat-Orecchioni, C., 2001, *Les actes de langage dans le discours Théorie et fonctionnement*, Paris : Nathan
- Kerbrat-Orecchioni, C., 1996, *La conversation*, Paris : Seuil
- Kerbrat-Orecchioni, C., 1992, *Les interactions verbales*, tom 2, Paris : Colin
- Kerbrat-Orecchioni, C., 1990, *Les interactions verbales*, tom 1, Paris : Colin
- Kerbrat-Orecchioni, C., 1980, *L'énonciation, De la subjectivité dans le langage*, Paris : Colin
- Klaus, S., Xavier S., 2011, *Global Competitiveness report 2010-2011*, World Economic Forum
- Kleiber, G., 2011, « Énonciation et texte : grammaire des démonstratifs « titres » », dans *Cahier de Praxématique*, 56/2011, p. 167-214
- Kleiber, G., 1994, « Contexte, interprétation et mémoire : approche standard vs approche cognitive », dans *Langue française* n°103, Paris : Larousse, p. 9-22
- Kleiber, G., 1990, *La sémantique du prototype. Catégories et sens lexical*, UF : Paris
- Kluckhohn, F.R., Strodtbeck, F.L., 1961, *Variation in value orientations*, Evanston, IL: Row, Peterson
- Koprivica, M., 2008, *Osnove marketinga – specifična područja marketinga*, Novi Sad: Prometej
- Kristal, D., 1987, *Kembrička enciklopedija jezika*, (traduction par Klajn et Hlebec), Beograd : Nolit
- Labov, W., 1976, *Sociolinguistique*, Paris : Minuit
- Lacoste, M., 2005 (2001), « Peut-on travailler sans communiquer ?, dans A. Borzeix & B. Fraenkel (eds.), *Langue et travail*, Paris : Editions du CNRS, p. 21-54
- Lacoste, M., 1995, « Paroles d'action sur un chantier », dans D. Véronique et R. Vion (eds.) *Des savoir-faire communicationnels*, PUP, p. 451-461
- Lafay, G., 2002, *Comprendre la Mondialisation*, Paris : Economica
- Lafont, R., 1978, *Le travail et la langue*, Paris : Flammarion
- Lafortune L., Gaudet, É., 2000, *Une pédagogie interculturelle – pour une éducation à la citoyenneté*, St, Laurent : ERPI

- Lainović-Stojanović, N., 2009, « Podsećanje na tradiciju izučavanja jezika struke u Srbiji », dans Zbornik radova: *Teorija i praksa*, Beograd : Univerzitet u Beogradu, p. 226-236
- Lakić, I., 1999, *Analiza žanra – Diskurs jezika struke*, Podgorica: Univerzitet Crne Gore i Institut za strane jezike
- Lasne, P., 2004, *Le Communicationnaire*, Edition Cap Bear
- Le Boterf, G., 2011, *L'ingénierie et évaluation des compétences*, 6ed, Paris : Eyrolles, Édition d'Organisation
- Le Boterf, G., 2000, *Compétence et navigation professionnelle*, 3ed, Paris : Eyrolles, Édition d'Organisation
- Legris-Desportes, C., « Approche socio-sémiotique de la relation client », dans *Communication et organisation* 39/2011, p. 125-136
- Lehmann, D., Moirand, S., Mariet, F., et al., 1979, *Lire en français les sciences économiques et sociales*, Paris : Didier-Credif
- Lehmann, D., 1993, *Objectifs spécifiques en langues étrangères*, Paris : Hachette
- Leković, B., 2006, *Principi Menadžmenta*, Ekonomski fakultet : Subotica
- Lemaire, J.P., 2013, *Stratégies d'internationalisation- Nouveaux enjeux d'ouverture des organisations, des activités et des territoires*, Paris : Dunod
- Lemeunier, V., 2012, « Élaborer une unité didactique à partir d'un document authentique », dans *Françparler*, disponible sur : <http://francparler-oif.org/didactique/les-articles/2401-elaborer-une-unite-didactique-a-partir-dun-document-authentique.html> [30.09.2012.]
- Lerat, P., 1995, *Les langues spécialisées*, Paris : PUF
- Levinson, S.C., 1983, *Pragmatics*, Cambridge: Cambridge University Press
- Libaert T., Westphalen M.-H., 2011, *La communication externe des entreprises*, 3.ed., Paris : Topos
- Longhi, J., Sarfati, G.-É., 2011, *Dictionnaire de pragmatique*, Paris : Armand Colin
- Loth, D., 2006, *Le management interculturel*, Paris: Hermattan
- Maddalena, C., 1998, *L'Interculturel*, CLE International
- Maiello, G., 2014, « Tendances et innovations récentes dans la conceptualisation des dictionnaires électroniques spécialisés », dans G. Dotoli et C. Boccuzzi, *La révolution du dictionnaire XIX-XXI siècles*, Paris : Hermann, p. 49-67

- Maingueneau, D., 2014, *Discours et Analyse du discours*, Paris : Armand Colin
- Maingueneau, D., 2009, *Aborder la linguistique*, Paris : Seuil
- Maingueneau, D., 2005, « L'analyse du discours et ses frontières », dans *Marge linguistique*, n° 9, p. 64-75
- Maingueneau, D., 2003, *Linguistique pour le texte littéraire*, 4ed, Paris : Nathan
- Maingueneau, D., 1999, *L'énonciation en linguistique française*, Paris : Hachette
- Maingueneau, D., 1996, *Les termes clés de l'analyse du discours*, Paris : Seuil
- Malaval, P., Décaudin, J. M., 2008, *Pentacom, Communication : théorie et pratique*, Paris : Pearson Education
- Mangiante, J.-M., « La dimension technique de la collecte de données en FOS : quelques principes et conseils pour l'enseignement de langue », dans *Points Communs*, avril 2015, n°2, p. 37-43
- Mangiante, J.-M., 2007a, « Référentiels de compétences langagiers et portfolios du monde professionnels », dans *Apprendre le français dans un contexte professionnel*, Rencontres DGLFLF, 2-3 juin 2006, p. 50-53
- Mangiante, J.-M., 2007b « Une démarche de référentialisation en français des professions : le partenariat universités – Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris (CCIP) », dans *Langue et travail, FDLM, Recherches et applications*, n°42, juillet 2007, p. 129-144
- Mangiante, J.-M., 2006, « Français de spécialité ou français sur objectif spécifique : deux démarches didactiques distinctes », dans *Linguistique plurielle*, Vol.1, Valencia
- Mangiante, J.-M., 2002a, « La problématique des textes des sciences socio-économiques en langue étrangère » dans *Les Cahiers de l'APLIUT, Économie et langue de spécialité*, Vol. XXI, n°4, p. 13-26
- Mangiante, J.-M., 2002b, « Place et rôle du lexique spécialisé dans les discours du français commerciale et économique », dans *Les Cahiers de l'APLIUT, Économie et langue de spécialité*, Vol. XXI, n°4, p. 28-39
- Mangiante, J.-M., Desroches, F., 2014, « Le FOS un exemple de recherche-action en didactique du FLE », dans *FDLM*, n°391 janvier - février, p. 52-53
- Mangiante J.-M., Parpette, C., 2011, *Le français sur objectif universitaire*, Grenoble : PUG

- Mangiante, J.-M., Parpette, C., 2004, *Le Français sur Objectifs Spécifiques : de l'analyse des besoins à l'élaboration d'un cours*, Paris : Hachette
- Marot, J., 2011, « L'apprentissage lexical en français langue étrangère : théories d'acquisition et pratique de classe », dans *Publication FLE*, disponible sur : www.lecafedufle.fr
- Matejić, V., 2007, « Ključna dilema Srbije : Odvažno napustiti ili utešno prihvatiti život na razvojnoj periferiji », dans *Tematski zbornik Tehnologija, kultura razvoj*, Beograd : Institut Mihajlo Pupin
- Maurel, C., 2004, « La classification automatique du discours : exposé des principes et d'une application à partir de réseaux de neurones », dans *L'analyse de discours*, (dir.) R. Ringoot et P. Robert-Demontrond, Rennes : Apogée
- Maurer, B., 2011, *Enseignement des langues et construction européenne, Le plurilinguisme, nouvelle idéologie dominante*, Paris : Édition des archives contemporaines
- Mayrhofer U., Urban, S., 2011, *Management international – des pratiques en mutation* Paris : Pearson
- Mazière, F., 2005, *L'analyse du discours*, Paris : PUF
- McCloskey, D., 1983, « Rhetoric of economics », dans *Journal of Economic Literature*, Vol. XXI, p. 481-517
- Meier, O., 2013, *Le management interculturel – Stratégie – Organisation – Performance*, Paris : Dunod
- Mel'čuk, I., et al., 1995, *Introduction à lexicologie explicative et combinatoire*, Louvain-la-Neuve : Duclot
- Mel'čuk, I., et al., 1982, 1984, 1992, *Dictionnaire explicatif et combinatoire, Recherche lexico-sémantiques I, II, III*, Montréal : PUM
- Mel'čuk, I., Polguère, A., 2007, *Lexique actif du français, L'apprentissage du vocabulaire fondé sur 20 000 dérivations sémantiques et collocations du français*, Bruxelles : De Boeck
- Melić, K., 2009, « Francuski poslovni jezik: fleksibilnost, mobilnost », dans *Zbornik radova: Teorija i praksa*, Beograd : Univerzitet u Beogradu, p. 120-129

- Mercelot, G., 2006, *Négociations commerciales et objectifs spécifiques : De la descriptions à l'enseignement des interactions orales professionnelles*, Berne : Peter Lang
- Mihić, S., 2009, *Menadžment u spoljnoj trgovini*, Novi Sad : Prometej
- Mirić, M., 2011, « Vulgarizacija nauke kao jednog od obeležja francuskog jezika struke », dans Zbornik radova: *Jezik struke, izazovi i perspektive*, Beograd : DSJKS, p. 125-132
- Moeschler, J., 1996, « Les connecteurs pragmatiques et la cohérence conversationnelle, Le discours : Cohérence et connexion », actes du colloques internationale, le 07 avril 1995, Copenhague : Museum Tusculanum Press
- Moeschler, J., 1985, *Argumentation et conversation – Éléments pour une analyse pragmatique du discours*, Paris : Hattier-CREDIF
- Moeschler, J., et Reboul, A., 1994a, *Dictionnaire Encyclopédique de Pragmatique*, Paris : Seuil
- Moeschler, J., Reboul, A., et al., 1994b, *Langage et pertinence*, Nancy : PUN
- Moeschler, J., Auchlin, A., 2008, *Introduction à la linguistique contemporaine*, 3.ed, Paris : Armand Colin
- Moirand, S., 2007, *Les discours de la presse quotidienne, observer, analyser, comprendre*, Paris : PUF
- Moirand, S., 1996, « Le discours : enjeux et perspectives », dans *FDML, Recherche et application*, Paris : Hachette
- Moirand, S., 1990a, *Une grammaire des textes et des dialogues*, Paris: Hachette
- Moirand, S., 1990b, « Décrire des discours produits dans des situations professionnelles », dans J.-C. Beacco et D. Lehman, *Publics spécifiques et communication spécialisée, FDLM*, numéro spécial, p. 52-62
- Moirand, S., 1988, *Une histoire de discours*, Paris : Hachette
- Moirand, S., 1979, *Situation d'écrit: compréhension, production en langue étrangère*, Paris : CLE International
- Moirand, S., Peytard, J., 1992, *Discours et enseignement du français*, Paris : Hachette

- Mondada, L., 2006, « Interactions en situations professionnelles et institutionnelles : de l'analyse détaillée aux retombées pratique », dans *Revue française de linguistique appliquée*, XI-2, p. 5-16
- Morcellesi, J.B., Gardin, B., 1974, *Introduction à la sociolinguistique*, Paris : Larousse
- Morin, E., 2000, *Les sept savoirs nécessaires à l'éducation du future*, Paris : Seuil
- Moris, Č., 1975, *Osnove teorije o znacima*, Beograd: BIGZ
- Morlat, J.-M., 2009, « La problématique du document authentique dans le cadre du programme de langue B du Baccalauréat International », dans *Edufle.Net*, disponible sur : <http://www.edufle.net/La-problematique-du-document.html> [27.09.2012.]
- Mortureux, M.-F., 2008, *La lexicologie entre langue et discours*, Paris : Armand Colin
- Moulhrons-Dallies, F., 2014, « Analyse de discours et Didactique des langues : l'argumentation dans les discours professionnels », dans J. Goes, J.-M. Mangiante et al., (Eds.), *Le langage manipulateur, pourquoi et comment argumenter ?*, Arras : APU, p. 11-22
- Moulhrons-Dallies, F., 2008, *Enseigner le français à des fins professionnelles*, Paris : Didier
- Moulhrons-Dallies, F., « Quand faire, c'est dire : évolutions du travail, révolutions didactiques ? », dans *Langue et travail, FDLM, Recherches et applications*, n°42, juillet 2007, Paris : CLE International et FIPF, p. 12-31
- Moulhrons-Dallies, F., « Du Français sur Objectif(s) spécifique(s) au Français Langue Professionnelle (FLP) », dans *FDLM*, juillet 2006, Paris : CLE International et FIPF
- Mutabazi, E., Pierre, P., 2008, *Pour un management interculturel - De la diversité à la reconnaissance en entreprise*, Paris : Harmattan
- Nazarenko, A., 2000, *La cause et son expression en français*, Paris : Ophrys
- Neveu, F., 2011, *Dictionnaire des sciences du langage*, Paris : Colin
- Neveu, F., 2005 (2000), *Lexique des notions linguistiques*, Paris : Colin
- Niklas-Salminen A., 1997, *La lexicologie*, Paris : Armand Colin
- Nolke, H., 1994, *Linguistique modulaire : de la forme au sens*, Paris : Peeters

- Nunan, D., 1988, *The Learner-Centred Curriculum*, Cambridge: Cambridge University Press
- Oléron, 1996, *L'argumentation*, 4 ed, Paris : PUF
- Olivier, C., Puren, L., 2011, *Le web 2,0, en classe de langue*, Paris : Maison des langues
- Pauly, É., 2011, *La polysémie. Réflexion théorique, méthodologique et application à la lexicographie*, Harmattan : Paris
- Paveau, M.-A., Sarfati, G.-É., 2003, *Les grandes théories de la linguistique, De la grammaire comparée à la pragmatique*, Paris : Colin
- Pêcheux, M., 1969, *Analyse automatique du discours*, Dunod : Paris
- Pelfrène, A., 1977, « Analyse de besoins langagiers (préalable à une formation) », dans *Langue française*, n°36, p. 40-50
- Penfornis J.-L., 2013, *Vocabulaire progressif du Français des Affaires*, 2ed, Paris : CLE International/SEJER
- Pers, Č., 1979, *Pragmatizam*, Beograd: Grafos
- Petković, A., 2014, « Motivacija kao jedan od faktora kvaliteta učenja stranih jezika na nematičnim departmanima », dans *Zbornik radova, Jezik, književnost i kultura*, NISUN, Niš : Univerzitet u Nišu p. 206-219
- Petrović, D., 2011, « Francusko-srpski odnosi i perspektive », dans *Nova srpska politička misao*, disponible sur le lien: <http://www.nspm.rs/savremeni-svet/francusko-srpski-odnosi-i-perspektive.html?alphabet=1> [28.12.2014.]
- Peytard, J., & Moirand, S., 1992, *Discours et enseignement du français, Les lieux d'une rencontre*, Paris : Hachette
- Plantin, C., 2005, *L'argumentation*, Paris : PUF
- Plantin, C., 1996, *L'argumentation*, Paris : Seuil
- Popović, M., 2009, *Leksička struktura francuskog jezika. Morfologija i semantika*, Beograd: Zavod za udžbenike
- Porcher, L., Faro-Hanoun, V., 2000, *Politique linguistique*, Paris : L'Harmattan
- Pottier, B., 2011, *Sémantique générale*, Paris : PUF
- Pottier, B., 1992, *Théorie et analyse en linguistique*, Paris : Hachette
- Pottier, B., 1974, *Linguistique générale, théorie et description*, Paris : Klincksieck
- Pruvost, J., Sablayrolles, J.-F., 2003, *Les néologismes*, Que sais-je, Paris : PUF

- Puren, C., 2013, *La didactique des langues étrangères à la croisée des méthodes, Essai sur l'éclectisme*, 3ed, en PDF, Paris : Didier
- Puren, C., Bertocchini, P., et al., 1998, *Se former en didactique des langues*, Paris : Ellipses
- Puren, C., 1988, *Histoire des méthodologies de l'enseignement des langues*, Paris : Nathan
- Radosavljević, D., Matijević, N., 2011, *Evropska unija, razvoj, institucije, proširenje*, Novi Sad : USEE
- Radovanović, M., 1997, *Spisi iz kontekstualne lingvistike*, Novi Sad: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića
- Radanović, S., 2011, « Motivi za učenje stranih jezika kao izbornih predmeta na univerzitetu », dans *Zbornik radova, Jezik struke, izazovi i perspektive*, Beograd : DSJKS, p. 610-618
- Rakić, B., 2005, *Marketing*, Beograd: Megatrend
- Rastier, F., 1987, *Sémantique interprétatives*, Paris : PUF
- Reboul, A., Moeschler, J., 2005, *Pragmatique du discours. De l'interprétation de l'énoncé à l'interprétation du discours*, Paris : Armand Colin
- Reboul, A., Moeschler, J., 1998a, *La pragmatique aujourd'hui*, Paris : Seuil
- Richer, J.-J., 2014, « Argumenter et expliquer sur un chantier du B.T.P. », dans J. Goes, J.-M. Mangiante et al., (eds.), *Le langage manipulateur, pourquoi et comment argumenter ?*, Arras : APU, p. 23-32
- Richer, J.-J., 2008a, « Le cadre européen, ou l'émergence d'un nouveau paradigme didactique », dans *Le français dans le monde*, n°359, sept./oct., Paris : CLE International, p. 36-38
- Richer, J.J., 2008b, « Le FOS ou une didactique du langage et de l'action », dans *Synergies Chine*, n°3, p. 117-126
- Richerich, R., 1985, *Besoins langagiers et objectifs d'apprentissage*, Paris : Hachette
- Riegel, M., Pellat, J.-C., Rioul, R., 2009, *La Grammaire méthodique du français*, 4.ed, Paris : PUF
- Rivenc, P., 2003, *Apprentissage d'une langue étrangère/seconde, 3. La méthodologie*, Bruxelles : De Boeck

- Robbins, S. P., Coutler, M., 2005, *Menadžment*, Beograd: Data Status
- Robert, J.-M., 2009, *Manière d'apprendre. Pour des stratégies d'apprentissage différenciées*, Paris: Hachette
- Robert, J.-P., 2008, *Dictionnaire pratique de didactique du FLE*, Paris : Ophrys
- Robert, J.-P., Rosen, É., Reinhardt, C., 2011, *Faire classe en FLE, Une approche actionnelle et pragmatique*, Paris: Hachette
- Robert, J.-P., Rosen, É., 2010, *Dictionnaire pratique du CECR*, Paris : Ophrys
- Rosen, É., Reinhardt, C., 2010, *Le point sur le Cadre européen commun de référence pour les langues*, Paris : CLE International
- Rosier, L. 1999, *Le discours rapporté. Histoire, théories, pratiques*, Bruxelles : Duculot
- Rot, N., 2002, *Osnovi socijalne psihologije*, Beograd : Zavod za udžbenike
- Roulet, E., 1999, *La description de l'organisation du discours*, Paris : Didier
- Roulet, E., 1985, « Actes de langage, connecteurs pragmatiques et structure du discours », dans *Feuillets*, n° 6-7, p.143-157
- Roulet, E., Filliettaz, L., Grobset, A., 2001, *Un modèle et un instrument d'analyse de l'organisation du discours*, Bruxelles : Petar Lang
- Roulet, E., Auchlin, A., et al, 1991, *L'articulation du discours en français contemporain*, Berne : Petar Lang
- Royce, T., 1995, « The Analysis of Economic Discourse, A general Review », dans *Australian Review of Applied Linguistics*, Vol. XVIII, n°2, p. 137-159
- Sachtleber, S., 1995, « Les styles pragmatiques d'un genre de texte », dans *Parcours linguistiques de discours spécialisés*, Berne : Petar Lang, p. 241-248
- Sarfati, G.-E., 2002, « Aspects épistémologiques et conceptuels d'une théorie linguistique de la doxa », dans R. Koren et R. Amossy (eds.), *Après Perlman : Quelles politiques pour les nouvelles rhétoriques ?*, Paris : L'Harmattan, p. 57-90
- Sarfati, G.-E., 1997, *Éléments d'analyse du discours*, Paris : Nathan Université
- Savić, S., 1993, *Diskurs analiza*, Novi Sad : Filozofski fakultet
- Saussure, F., 2002, *Écrit de la linguistique générale*, Paris : Gallimard
- Saussure, F., 1995 (1916), *Cours de la linguistique générale*, Paris : Payot & Rivages
- Schwab et al, 2013, *The Global Competitiveness Report*, World Economic Forum

- Schwarze, C., 2001, *Introduction à la sémantique lexicale*, Tübingen : Narr
- Searle, J. R., 1969, *Speech Acts*, Cambridge: Cambridge University Press, trad.fr. 1972, *Les actes de langage*, Hermann: Paris
- Silaški, N., 2009, « Economic terminology in Serbian and Croatian – a comparative analysis of anglicisms », *Facta Universitatis, Series: Linguistics and Literature*, Vol.7, n°1, p. 75-86
- Silaški, N., Đurović, T., 2013, *Aktuelne teme engleskog jezika nauke i struke u Srbiji*, Beograd: CID Ekonomskog fakulteta
- Silaški, N., Đurović, T. et al., 2009, *Javni diskurs Srbije – kognitivističko kritička studija*, Beograd: CID Ekonomskog fakulteta
- Strani jezici u osnovnim i srednjim školama Srbije*, 1996 (1997), Beograd: Ministarstvo prosvete RS
- Souchon, M., 2006, « Genre, interculturalité et interprétation des textes », dans G., Bach, G., Holtzer, (eds), *Pourquoi apprendre des langues ?*, *Orientations pragmatiques et pédagogiques*, Bruxelles : Peter Lang, p.179-192
- Sperber, D., Wilson, D., 1989, *La pertinence: Communication et Cognition*, Paris : Minit
- Sretenović, S., 2009, « Francusko-srpski odnosi u XIX i XX veku », dans *Bibliid*, Vol. LXI, n°4, p. 536-558
- Stanojević, V., « Pour un modèle de description des temps verbaux du français intégrant trois paramètres », dans *Revue de philologie*, XXXVI 2009/2 numéro spécial, Beograd : Filološki fakultet p.199-210
- Stanojević, V., 2007, *Les noms de nombre en français, Essai de sémantique formelle*, Beograd: Filološki fakultet u Beogradu
- Stanojević, V., et Ašić, T., 2009, « Le futur, l'ordre temporel et les inférences contextuelles », dans *Entre sens et signification, Constitution du sens: points de vue sur l'articulation sémantique – pragmatique*, Paris : L'Harmattan, p. 27-41
- Stanojević, V., Ašić, T., 2008, *Semantika i pragmatika glagolskih vremena u francuskom jeziku*, Kragujevac: FILUM
- Stikić, B., 2005, « Du maître du français au professeur du français en Serbie du XIX siècle », dans *Documents pour l'histoire du français langue étrangère ou seconde*, Lyon, p. 65-69

- Suchman, M. C., 1995, « Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches », dans *Academy of Management Review*, Vol. 20, n°3, p. 571-610
- Tabet, E., 2003, *Convaincre, persuader, délibérer*, Paris : PUF
- Tagliante, C., 2005, *L'évaluation et le Cadre européen commun*, Paris : CLE International
- Tagliante, C., 2006, *La classe de langue*, Paris : CLE International
- Tagliante, C., « Évaluation et CECR », dans *Le français dans le monde*, n°344, mars/avril 2006, Paris : CLE International, p. 25-27
- Todorov, T., 1981, *Mikhaïl Bakhtine le principe dialogique*, Paris : Seuil
- Tomassone, R., dir., 2001, *Grands repères culturels pour une langue : le français*, Paris : Hachette
- Touratier, C., 2010, *La sémantique*, 2ed, Paris : Armand Colin
- Tropes, 2013, *Manuel de tropes*, disponible sur : www.tropes.fr
- Utard, J.-M., 2004, « L'analyse de discours, entre méthode et discipline », dans *L'analyse de discours*, (dir.) R. Ringoot et P. Robert-Demontrond, Rennes : Apogée, p. 23-52
- Van Dijk, T.A., 2008, *Discours and Contexte. A sociocognitive approach*, London: Cambridge
- Van Dijk, T.A., 2001, « Multidisciplinary CDA: a plea for diversity », dans R, Wodak et M, Meyer (eds.), *Methods of Critical Discourse Analysis*, London: SAGE Publications, p. 95-120
- Van Dijk, T.A., 1985, « Discourse analysis as a new cross-discipline », dans Van Dijk T, (eds.), *Handbook of Discourse Analysis*, Vol.1, New York: Academic Press, p. 1-10
- Van Dijk, T.A., 1973, « Grammaires textuelles et structures narratives », dans *Sémiotique narrative et textuelle*, C. Chabrol et al. (eds.), Paris : Larousse, p. 177-207
- Verlinde, S., Folon, J., Binon, J., et al., 1995-2003, *Dictionnaire contextuel du français économique*, 4 tomes, Anvers : Garant
- Vidić, J., 2009, « Francuski jezik struke na filozofskom fakultetu u Beogradu: teškoće i izazovi », dans *Zbornik radova: Teorija i praksa*, Beograd : Univerzitet u Beogradu, p. 130-138

- Vigliano, L., 2011, *PME et Export : Les 10 habitudes des dirigeants qui réussissent*, disponible sur le lien : <https://laurevigliano.wordpress.com/2011/07/25/pme-et-export-les-dix-habitudes-des-dirigeants-qui-reussissent-par-laure-vigliano-formatrice-developpement-international/>
- Vion, R., 2000, *La communication Verbale, Analyse des interactions*, Hachette : Paris
- Vlada Republike Srbije, 2011, *Strategija za razvoj obrazovanja u Srbiji do 2020. godine*, Ministarstvo prosvete i nauke, disponible sur le lien : http://www.kg.ac.rs/doc/strategija_obrazovanja_do_2020.pdf
- Vujović, A., 2011, « La collecte et l'analyse des données dans l'enseignement/apprentissage de FOS », dans *Zbornik radova, Jezik struke, izazovi i perspektive*, Beograd : DSJKS, p. 133-141
- Vujović, A., 2009, « Le français en tant que langue de spécialité en Serbie », dans *Revue de philologie*, XXXVI 2009/2 numéro spécial, Beograd : Filološki fakultet p. 305-312
- Wagner, R.L., Pinchon, J., 1991, *La Grammaire du français classique et moderne*, Paris : Hachette
- Wilmet, M., 2003, *La Grammaire critique du français*, Bruxelles : Duculot
- Wolton, D., 1995, *Argumentation et rhétorique (1)*, Paris : Hermès
- Yaguello, M., (dir.), 2003, *Le grand livre de la langue française*, Paris : Seul
- Yaiche, F., 1996, *Les simulations globales, mode d'emploi*, Paris : Hachette
- Zufferey, S., Moeschler, J., 2012, *Initiation à l'étude du sens*, Paris : Auxerre
- Zarifian, P., 2001, *Objectif compétence – pour une nouvelle logique*, Paris : Liaisons
- Zarate, G., 1986, *Enseigner une culture étrangère*, Paris : Hachette
- Živković, 2015, à paraître, « Implication de la sémantique lexicale en didactique des langues de spécialité » dans *Français de spécialité : passé, présent, futur*, Belgrade : FON
- Živković, D., 2014a, « La linguistique appliquée devant la demande de la formation des publics professionnels », dans *IV Međunarodni kongres primenjene lingvistike danas – izazovi modernog doba*, Filološki fakultet: Belgrade

Živković, D., 2014b, « Teorijske osnove u analizi diskursa i pragmatici kod frankofonih lingvista », dans Zbornik radova *Jezik, književnost i kultura, NISUN 3*, Niš: Univerzitet u Nišu, Filozofski fakultet, p. 362-374

Živković, D., 2013a, « Analiza jezičkih potreba studenata i njihova primena u didaktici stranih jezika za posebne namene », dans Zbornik radova, *Savremena proučavanja jezika i književnosti*, Godina IV/knjiga 1, Kragujevac: FILUM

Živković, D., 2013b, « Uloga stranih jezika u interkulturalnom obrazovanju », dans Zbornik radova, *Jezička istraživanja - Jezik, Književnost, Vrednosti*, Niš: Univerzitet u Nišu, Filozofski fakultet

Živković, D., 2013c, « L'utilisation de la langue authentique et des éléments culturels dans la didactique du français sur objectif spécifique », dans Zbornik radova *Od nauke do nastave, NISUN 2*, Niš: Univerzitet u Nišu, Filozofski fakultet

Živković, D., 2013d, « Multilingvistički pristup spoljnotrgovinskoj razmeni kao faktor privrednog rasta Republike Srbije », dans *Poslovna ekonomija*, Godina VII, broj 2, Vol. XIII, Sremska Kamenica: Educons

Annexe

Annexe 1 (A1) : Les transcriptions du corpus oral

La prospection téléphonique (A1 pro)

S: Agence DRVVB, Sandrine, bonjour!
E: Bonjour Madame, Eric Suplin, chef de secteur de la société Aquaforté, Pourriez-vous me passer le responsable des achats fourniture s'il vous plait ?
S : Oui, c'est à quel sujet ?
E : Aquaforte est spécialiste des fontaines à eau, actuellement est-ce que votre agence met de l'eau à disposition de ses salariés ?
S : Oui, nous avons des bouteilles en libre service
E : D'accord. Et qui est le responsable des achats ?
S : C'est Monsieur Torne.
E : Monsieur Torne. T.O....
S : ...R.N.E.
E : Qui est ?
S : Le responsable des achats pour le siège.
E : Pourriez-vous me le passer s'il vous plait ?
S : Oui, je vous passe son assistante.
E : C'est Madame ?
S : C'est Madame Moirdiche, je vous la passe
E : Je vous remercie ! Au revoir Madame !
M : Karima Moirdiche, bonjour !
E : Bonjour Madame ! Vous êtes bien l'assistante de Monsieur Torne ?
M : Oui !
E : Eric Suplin, chef de secteur de la société Aquaforté. Nous sommes spécialiste des fontaines à eau. Actuellement vous mettez bien des bouteilles individuelles à disposition de votre personnel ?
M : Oui, c'est ce qui est le plus pratique.
E : C'est-à-dire ?
M : Ecoutez, je n'ai vraiment pas le temps là, envoyez nous plutôt une documentation !
E : Très bien, je vous l'adresse. C'est bien vous qui gérez ces achats ?
M : Oui, pour l'eau c'est moi qui gère.
E : Parfait ! Je vais donc vous faire une proposition sur mesure. Combien de bouteilles commandez – vous par mois au moyenne ?
M : Un peu trop à mon goût si vous voulez savoir, les gens ne font pas attention. Je vais d'ailleurs limiter les commandes.
E : Oui, je comprends on voit souvent les bouteilles encore à moitié pleine dans les poubelles
M : Oui, pas qu'une.
E : Et avez-vous calculé ce que ça vous coûtait par personne ?
M : Non, mais ça sera toujours trop pour Monsieur Torne
E : Dans ce cas je peux lui faire une simulation. Il me faut juste le nombre de collaborateurs dans l'agence?
M : euh ... Nous sommes vingt-cinq.
E : Et bien sur cette base je vais établir un tableau comparatif entre les bouteilles et les fontaines. Vous pourrez ainsi mesurer les économies de notre système. On constate généralement une économie de 20 à 30%
M : Ca me paraît un peu beaucoup ça?

E : Oui, avec les fontaines on ne prend que ce qu'on somme. Vous ne verrez plus de bouteilles qui traînent à moitié pleines et en plus vous aurez de l'eau à température constante toute l'année - fraîche ou tempérée

M : Oui, mais ça ne fait pas trop de bruit votre machine !

E : Ecoutez, je vous propose de faire une démonstration, au début de la semaine prochaine par exemple, et en plus vous pouvez apprécier vous-même la discrétion de notre matériel ?

M : Attendez, envoyez-moi d'abord votre proposition chiffrée et nous prendrons rendez-vous en fonction de ce que nous recevrons.

E : C'est entendu ! Vous le recevrez dès demain par courrier et nous pouvons prendre un rendez-vous de principe mardi prochain par exemple le 14 à 11 h ou en fin de la journée ?

M : Non, attendez, plutôt en fin de journée. Monsieur Torne sera plus disponible vers 17h

E : C'est noté, nous avons donc rendez-vous le mardi 14 avril à 17 h au 22 Boulevard de Beaumarchais sous réserve de confirmation

M : Merci, au revoir !

E : Au revoir, merci et bonne journée !

Source : http://www.youtube.com/watch?v=Fw6SUP_Z6Sc

La prise de rendez-vous (A1 rv)

C : Ouisoft Bonjour!

C : Ubisoft Bonjour!

O : Bonjours monsieur, vous êtes bien Monsieur Caneau?

C : Oui, absolument! C'est moi!

O : Oui bonjour, ici Olivier Jacob! Vous vous souvenez?

C : Oui, oui, absolument.

O : Je vous ai appelé de la part de M. Soret, il y a deux semaines

C : Tout a fait, on s'est eu au téléphone.

O : Exactement, et je dois vous rappeler, bah, aujourd'hui, bah justement, l'idée étant de fixer un rendez-vous ensemble pour se rencontrer.

C : D'accord, écoutez, j'ai reçu votre plaquette, donc, effectivement, c'est très intéressant. Maintenant pour être tout à fait franc, nous avons déjà un fournisseur dans le secteur donc je ne suis pas sûr que ce soit utile qu'on se rencontre.

O : Justement, c'est justement la raison pour laquelle je penche que c'est intéressant qu'on se rencontre, qu'on approfondisse justement ce que vous faites avec vos fournisseurs actuel. Est-ce que vous serez disponible la semaine prochaine? Par exemple mardi 17h ou jeudi vers 10h?

C : Mardi, jeudi écoutez, plutôt entre midi et deux, vous seriez disponible?

O : Ecoutez parfait, donc, on dit mardi à midi?

C : Mardi midi, vous venez dans nos locaux ?

O : Oui absolument, vous pouvez me redonner l'adresse?

C : Absolument c'est à Levallois-Perret.

O : Oui

C : Rue Jacques Anquetil

O : C'est ça, au 81

C : Absolument

O : Donc, je note de vous retrouver au 81 rue Jacques Anquetil à Levallois-Perret. Et je me réjouie de faire votre connaissance

C : Parfait, A bah à la semaine prochaine alors !

O : A la semaine prochaine ! Au revoir

Source : <http://www.youtube.com/watch?v=xlcbRcIFhRU>

La vente par téléphone (A1 vn)

Allô !

Allô, Monsieur Le Franc, Bonjour, Theo Bessa de la société Bicompanie

Vous auriez quelques instants à m'accorder ?

Oui !

Voilà, nous commercialisons des logiciels informatiques de CRM pour force de vente, nous sommes leader sur le marché du CFIN et en ce moment nous avons une offre promotionnelle. Notre logiciel vous permet de mieux suivre les opérations en cours au niveau du marketing, mais également de mieux piloter les commerciaux. Ce que je vous propose, c'est de prendre un rendez-vous d'ici deux, trois semaines pour rentrer dans les détails et discuter du sujet. Qu'est-ce que vous en pensez ?

Ecoutez, je n'ai vraiment pas de temps !

Oui, je comprends parfaitement que vous soyez occupé en ce moment, c'est la raison pour laquelle je vous appelle. Je pense qu'il faudrait fixer un rendez-vous qui vous arrange. On pourrait choisir une date d'ici un mois ? Indiquez-moi une semaine qui vous arrange ?

Je vous arrête parce qu'on n'a pas de budget, on n'a pas de temps

Ah, d'accord ! Vous me conseillez de rappeler quand ?

Pas avant l'année prochaine

Source : <https://www.youtube.com/watch?v=T-AsEHsuuhQ>

L'entretien d'embauche (A1 en)

Présentez-vous ?

Je suis Patricia L., je suis chargée de clientèle et spécialisée dans le crédit immobilier. Ce qui m'a plu dans le poste que vous proposez, c'est que votre poste demande beaucoup de polyvalence. Donc, à l'appui de ma candidature, j'ai trois atouts à vous proposer : le premier atout c'est ma connaissance du métier. J'ai travaillé huit ans en agence et à la base d'une formation en alternance, j'ai monté à peu près 500 dossiers de crédit immobilier. Mon deuxième atout, c'est mon approche commerciale. J'essaie d'amener des éléments aux clients qui font qu'ils oublient un peu les questions techniques, les questions de taux, etc. J'essaie de m'intéresser vraiment à leur projet, à leur projet de vie et ça crée une fidélité de la part du client et donc forcément aussi ça emmène plus de ventes. Mon troisième atout, c'est l'aspect formation. J'anime beaucoup de formation, notamment sur le crédit immobilier. Donc, si vous avez besoin de former les stagiaires ou des nouveaux venus, bah ça me plaît beaucoup de faire ça et j'ai l'habitude de le faire. Voilà les trois atouts qui font qu'aujourd'hui j'ai le sentiment de pouvoir trouver ma place très vite dans votre équipe.

Source : <https://www.youtube.com/watch?v=9i6WUz2uWpA>

Annexe 2 (A2) : Les rapports

Le rapport - *Crédits Agricole* (A2 ca)

Message du CEO

En 2010, l'économie belge a renoué avec des résultats d'entreprise positifs et a regagné la confiance des consommateurs. Cependant l'insécurité a perduré, ce qui s'est traduit par un climat boursier hésitant. Le secteur bancaire belge a connu une évolution identique. Il faut souligner le retrait partiel des aventures à l'étranger et le redéploiement sur le marché intérieur. Ceci rend la tâche encore plus difficile pour les acteurs locaux de maintenir une rentabilité identique.

Dans ce contexte, le Groupe Crédit Agricole a à nouveau réussi à poursuivre sa croissance et l'exécution du plan d'entreprise défini en 2003. L'objectif de ce plan d'entreprise est de faire du Groupe Crédit Agricole un acteur complet et durable du paysage financier belge et ce, grâce à une croissance soutenue, tant par des initiatives internes qu'externes et par la diversification. Ainsi, 2010 se déclina en grande partie sous le signe du lancement de Crédit Agricole Direct et de la préparation d'un important projet d'acquisition.

Le Crédit Agricole et les autres entités du Groupe, Europabank, Keytrade Bank et Crédit Agricole Assurances, enregistrent de bons résultats. En même temps, les investissements nécessaires ont été effectués afin de préparer le Groupe à un environnement bancaire et de consommation toujours plus changeant et afin d'armer le Groupe face à une réglementation et des mécanismes de contrôle exigeants, entre autres dans le cadre de Bile III. Le Groupe Crédit Agricole enregistre un résultat consolidé en IFRS de 45,17 mio EUR, une augmentation de 5.7% par rapport à l'année précédente.

Les Conseils d'Administration des Caisses coopératives devraient proposer lors des Assemblées Générales respectives de distribuer pour 2010 également un dividende net de 5,0% et ce, pour la 5ème année consécutive.

Ces bons résultats n'auraient pas pu être obtenus sans l'engagement de nos près de 2.000 collaborateurs. Le Conseil d'Administration tient à remercier tous les collaborateurs de la Banque et du Groupe pour celui-ci.

(...)

L'année écoulée fut une année de doute et d'optimisme prudent. Les suites des secousses financières et la crainte de nouveaux chocs financiers d'une part, le redémarrage de l'économie et la croissance de la confiance des consommateurs d'autre part, ont fait en sorte que la prudence a prévalu tout au long de l'année. Le grand public redonna sa confiance aux banques et les établissements bancaires sérieusement secoués lors de la crise bancaire se remirent au "business as usual". Les grandes banques belges procédèrent à une diminution d'échelle, mais cela se traduit surtout par une diminution de leur présence à l'étranger et un repli sur le marché domestique. Récupérer et accroître leur part de ce marché en devenant le leitmotiv.

Les leaders politiques et les autorités de contrôle ont travaillé d'arrache-pied à des mesures qui devraient rendre impossible, à l'avenir, les causes qui ont été à l'origine de la crise. Malheureusement, les bons élèves ont également été punis et il en a résulté un surajustement : certaines mesures menaceront le bon fonctionnement et la survie des banques plus petites.

Par ailleurs, et c'est assez paradoxal, aucune solution n'a encore été trouvée pour résoudre les problèmes systémiques. Au contraire, nous avons vu des banques mastodontes devenir encore plus volumineuses, avec tous les risques inhérents.

L'avenir du monde financier est donc toujours incertain et de nombreuses questions pour arriver à un modèle bancaire idéal à l'avenir sont restées sans réponses.

Il est donc remarquable que, dans ce contexte confus et peu encourageant, le Crédit Agricole et le Groupe Crédit Agricole aient pu poursuivre leur politique à long terme et qu'en 2010 également, on ait pu continuer imperturbablement à développer une banque alternative dotée d'un projet d'avenir ambitieux, mais réaliste. Nous avons, en 2010, poursuivi activement la politique de diversification vers les particuliers et les entreprises et ce, en parallèle avec une consolidation de notre groupe-cible naturel, l'agriculture. Il en est résulté une croissance importante en matière de récolte de dépôts et d'octroi de crédits.

Il convient de souligner notre collaboration avec l'économiste belge de haut niveau Geert Noels, avec lequel nous avons lancé notre propre sicav Crelan Fund EconoFuture inspirée des principes de son livre Econochoc.

Le fonctionnement coopératif de notre banque, né du souci initial de financer l'agriculture, a évolué au fil du temps et s'est enrichi.

Le Crédit Agricole traduit son idéal coopératif dans sa politique de mécénat, dans sa politique de solidarité, dans sa politique de développement durable, mais aussi et surtout dans sa mission principale de soutien d'une agriculture durable. Cette dernière s'est effectivement à nouveau déclinée sous le signe du soutien d'une agriculture viable, dans laquelle l'agriculteur joue le rôle de garant de la chaîne alimentaire et de gardien du patrimoine rural.

Le rapport - Axa (A2 axa)

Rapport du président du conseil d'administration

Le présent rapport rend compte, conformément aux dispositions de l'article L.225-37 du Code de commerce, de la composition du Conseil et de l'application du principe de représentation équilibrée des femmes et des hommes en son sein, des conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil d'Administration (Partie 1) ainsi que des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par la Société (Partie 2). Ce rapport présente également les principes et les règles arrêtés par le Conseil d'Administration pour déterminer les rémunérations et avantages de toute nature accordés aux mandataires sociaux (Partie 3). Enfin le rapport indique le Code de gouvernement d'entreprise de référence retenu par la Société et précise, le cas échéant, les dispositions de ce Code qui ont été écartées par la Société et les raisons pour lesquelles elles l'ont été (Partie 4).

(...)

Code de gouvernement d'entreprise de référence

Ces recommandations, qui ont fait l'objet d'une consolidation dans le Code de gouvernement d'entreprise des sociétés cotées publié par l'AFEP et le MEDEF en avril 2010 (ci-après le « Code AFEP/MEDEF »), peuvent être consultées au siège social de la Société ou sur son site Internet (www.axa.com) dans la rubrique « Gouvernance d'entreprise ».

AXA se conforme aux recommandations du Code AFEP/MEDEF qui s'inscrivent dans la démarche de gouvernement d'entreprise initiée par la Société depuis de nombreuses années. Les conditions dans

lesquelles AXA applique les recommandations du Code AFEP/MEDEF sont pour l'essentiel détaillées dans les sections 2.1 « Mandataires sociaux, dirigeants et salariés » et 2.2 « Transparence des rémunérations et participation dans le capital des dirigeants » du présent Rapport Annuel, qui décrivent le fonctionnement de la gouvernance d'AXA et les modalités de rémunération de ses dirigeants.

Afin de tenir compte des spécificités liées à certaines de ses pratiques de gouvernance, AXA a souhaité adapter certaines dispositions du Code AFEP/MEDEF de la façon suivante :

■ Section 14.2.1 du Code AFEP/MEDEF relative à l'examen des comptes par le Comité d'Audit : pour des raisons pratiques, l'examen des comptes par le Comité d'Audit a généralement lieu la veille de leur revue par le Conseil d'Administration et non deux jours avant comme le prévoit le Code AFEP/MEDEF. Toutefois, la Société s'efforce, dans la mesure du possible, de remettre aux membres du Comité les documents qui leur sont soumis suffisamment à l'avance afin de leur permettre d'en prendre connaissance dans de bonnes conditions ;

(...)

(i) ... Sont prises en compte pour le calcul du nombre d'actions détenues, les actions ou ADS AXA ou d'autres filiales cotées du Groupe. Chaque dirigeant mandataire social dispose d'un délai de cinq ans à compter du 1er janvier 2007, ou de la date de sa première nomination si elle est postérieure au 1er janvier 2007, pour se mettre en conformité avec cette obligation de détention minimale. Compte tenu du niveau déjà élevé des obligations de détention minimale d'actions ainsi imposées aux dirigeants mandataires sociaux, le Conseil d'Administration, sur la recommandation de son Comité de Rémunération et des Ressources Humaines, a estimé qu'il n'était pas nécessaire de prévoir une révision à la hausse de ces seuils minimaux de détention passé le délai de cinq ans. Pour les mêmes raisons, le Conseil d'Administration a considéré qu'il n'était pas utile d'imposer aux dirigeants mandataires sociaux d'acheter une quantité d'actions AXA à l'issue de la période de conservation de leurs actions de performance ;

(ii) options : selon le Code AFEP/MEDEF, des périodes précédant la publication des comptes doivent être fixées pendant lesquelles l'exercice des options n'est pas possible (« périodes sensibles »). (...)

Une gestion RH affinée pour mieux attirer et fidéliser

Depuis 2005, nous procédons à une analyse permanente de notre organisation afin d'accompagner l'activité et de l'adapter aux nouveaux besoins. Une attention particulière est portée sur les lignes globales de métier et leurs domaines d'expertise respectifs.

(...)

L'initiative mondiale « People In' », lancée en 2007, permet désormais à quelque 62 000 collaborateurs de bénéficier du soutien de la plateforme « People Soft on Performance Management ». Cet outil contribue à la cohérence et à l'efficacité de la politique de rémunération et de formation. Enfin, 2 000 cadres et dirigeants ont eu recours au nouvel outil web AXA 360°, maintenant accessible à toutes les entités.

Des convictions et des engagements en faveur de la diversité et de l'inclusion

Parce que nos clients sont divers, parce que diversité et inclusion (D&I) sont étroitement associées à nos valeurs et à notre culture, nous nous sommes engagés à promouvoir un univers de travail où les collaborateurs sont traités avec respect et dignité, et où les différences individuelles sont valorisées. Le Groupe a enregistré de nombreux progrès au regard des priorités fixées pour 2011 : mise en place d'une gouvernance, développement des compétences liées à la thématique, introduction dans les initiatives liées à la culture d'AXA, lancement d'un programme d'égalité hommes-femmes, et définition d'un cadre de réflexion sur les horaires flexibles.

(...)

Un « Observatoire européen de l'emploi et des compétences » est constitué afin de porter un regard prospectif sur les métiers et de développer l'employabilité. Enfin, des mesures sont prises pour préserver l'emploi des collaborateurs du Groupe en Europe et soutenir les salariés dont la fonction pourrait être menacée. Dans un environnement incertain, ce signal fort montre le dynamisme des relations sociales au sein du CEG d'AXA (...)

Une recherche innovante à l'échelle internationale

En tant qu'assureur, notre responsabilité est de mobiliser nos compétences, nos moyens et nos expertises pour contribuer à créer une société mieux préparée, plus sûre et plus solide sur le long terme. Lancé en 2008, le Fonds AXA pour la Recherche illustre notre engagement d'entreprise responsable sur le thème fédérateur « Recherche et éducation pour la réduction des risques ». Sous cette bannière, le Fonds apporte son soutien à des scientifiques et des institutions internationaux de premier plan dont les travaux sont liés aux risques qui pèsent sur l'environnement, la vie humaine et les sociétés dans lesquelles nous vivons. 750 institutions ont adressé, en 2011, plus de 1 200 candidatures venues d'une cinquantaine de pays. C'est une forte croissance pour le Fonds AXA qui finance à hauteur de 76 millions d'euros des projets de recherche conduits par 300 chercheurs de 47 nationalités différentes dans 24 pays, en Europe, mais aussi en Asie, en Amériques et en Afrique.

(...)

PRÉVENIR ET ANALYSER LES RISQUES EN ENTREPRISE

Améliorer la capacité des PME et des professionnels à comprendre leurs risques fait partie de nos priorités afin de mieux les protéger lors du choix de leurs contrats d'assurance. La publication par AXA UK du AXA International Small Business Report (Rapport AXA sur les PME à l'international) a mis en évidence qu'un quart des PME n'était pas en mesure de citer un risque qui pouvait impacter leur activité. Dans cet esprit, le site internet MesurezVosRisques.com – mis en place au Maroc dès 2010 –, qui propose aux PME l'évaluation de leurs risques en ligne, a été décliné en Espagne, au Mexique et au Portugal. Et le succès est au rendez-vous dans les trois pays : les sites enregistrent chacun entre 1 500 et 2 000 connexions par mois. Cette approche souligne la contribution forte d'AXA à la prévention des risques. De plus, AXA Portugal propose à ses clients Entreprises un travail pédagogique de prévention réalisé directement sur les lieux de travail, grâce à des workshops animés par des experts. L'objectif est de détecter les causes principales de leur sinistralité, de les réduire et, par conséquent, de limiter le taux d'absentéisme. (...)

RESPONSABILITÉ D'ENTREPRISE

Depuis six ans, l'Académie des Sciences invite de jeunes biologistes à exposer les résultats de leurs recherches publiées dans les plus prestigieuses revues scientifiques internationales. Six candidats se sont partagés, le 7 juin à Paris, le Prix AXA – Académie des Sciences, doté pour la deuxième année consécutive par le Fonds AXA pour la Recherche de 15000 euros.

(...)

Depuis 2010, une revue semestrielle de la stratégie RE est menée par le comité de direction Groupe et un nouvel indicateur de la maturité de la stratégie RE est intégré aux plans d'actions, ainsi qu'aux lettres de mission locales. Par ailleurs, le suivi de la stratégie RE du Groupe est à présent formellement inscrit dans le mandat du conseil d'administration. Une revue annuelle est ainsi conduite. En outre, à partir de 2012, le suivi de la stratégie RE sera également inscrit dans les « Standards » AXA en matière de gouvernance des entités du Groupe.

Les CCROs, membres du comité exécutif de leur entité, se réunissent régulièrement depuis 2010. Ils coordonnent chaque année le développement du plan stratégique RE de leur entité, dans le cadre du processus plus large de planification stratégique du Groupe.

Le Groupe s'est fixé l'objectif d'atteindre 25 % de femmes parmi la population managériale des Group Senior Exécutives (GSE). En 2011, ce pourcentage était de 11,9 %. Pour atteindre cet objectif, les priorités suivantes ont été fixées : sensibilisation des populations GSE aux problématiques de Diversité & d'Inclusion (D&I), mise en place d'une gouvernance D&I, renforcement de la visibilité des femmes GSE afin de les inclure plus souvent dans les plans de succession des CEO, et enfin définition d'un cadre de réflexion sur les horaires flexibles. En 2011, les principales avancées ont été la mise en place de responsables et sponsors identifiés dans chaque entité, la création d'un indicateur de mesure du degré d'inclusion dans l'enquête annuelle de satisfaction des collaborateurs, l'analyse des écarts professionnels hommes / femmes (Gender Analysis Report) au niveau des populations GSE et enfin le développement d'un module en ligne de sensibilisation aux préjugés. (...)

Le rapport – *Le Bélier* (A2 bel)

(...)

Le Conseil comprend un administrateur indépendant, M. Christian LOSIK, nommé par l'assemblée générale mixte du 27 mai 2010 pour une durée de six ans, soit jusqu'à l'assemblée générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 2015.

(...)

Chaque administrateur doit être, pendant toute la durée de ses fonctions, propriétaire d'au moins une action.

(...)

La Direction Générale est assurée par Monsieur Philippe DIZIER depuis le 1er avril 2010.

Monsieur Thierry RIVEZ est Directeur Général Délégué depuis le 1er janvier 2011. Il est en charge par ailleurs de la direction administrative et financière du Groupe.

Dans le cadre du partage des rôles entre Président et Directeur Général :

- Le Président se tient régulièrement informé des affaires du Groupe
- Le Président donne les principales orientations. Au regard de celles-ci, le Directeur Général établit un plan stratégique qu'il partage et fait valider par le Président.
- Le Président veille au bon fonctionnement du Conseil d'administration et en particulier lui soumet le plan stratégique et les budgets proposés par le Directeur Général.
- Le Directeur Général veille aux affaires de la société. Il prend toutes les décisions nécessaires à sa bonne marche dans le cadre du mandat qu'il lui a été confié.

Fréquence des réunions

L'article 14 des statuts prévoit que le Conseil se réunit aussi souvent que l'intérêt de la Société l'exige. Ainsi, au cours de l'exercice clos au 31 décembre 2011, le Conseil d'administration s'est réuni sept fois sur les sujets suivants :

- conventions réglementées (1 réunion)
- avals, cautions et garanties (3 réunions)
- examen des comptes sociaux et consolidés (2 réunions)
- examen des comptes semestriels et documents de gestion prévisionnelle (2 réunions)
- rapport financier semestriel du Conseil d'administration (1 réunion)
- questions diverses (5 réunions)

(...)

Travaux spécifiques menés sur l'exercice 2011

Réunion des administrateurs pour examen du plan stratégique (3 ans) et du budget 2012. De plus le conseil fait régulièrement le point sur l'activité de la société. En 2011, il lui a été soumis des opportunités de croissance externe pour lesquelles des réflexions sont en cours.

Comités spécialisés et règlement Intérieur

Le Conseil d'administration a adopté un règlement intérieur en 2009, modifié en mars 2010, sans créer de comités spécifiques.

Le Conseil d'administration joue le rôle des comités spécialisés et notamment du comité des comptes en se prévalant de l'article L.823-20 § 4 du Code de commerce.
(...)

L'un des objectifs du système de contrôle interne est de prévenir et maîtriser les risques résultant de l'activité de l'entreprise et les risques d'erreurs ou de fraudes, en particulier dans les domaines comptable et financier.

Comme tout système de contrôle, il ne peut cependant fournir une garantie absolue que ces risques sont totalement éliminés.

Procédures de gestion des risques

Le Groupe, conscient de la nécessité d'avoir un contrôle interne efficace tant au sein de la holding LE BELIER que dans chacune des filiales opérationnelles a décidé de mettre en œuvre une démarche de cartographie des risques fondée sur les principes suivants :
(...)

Semestriellement, les sociétés filiales établissent une révision du budget annuel. Cette révision intègre les réalisations des premiers mois de l'exercice et une estimation budgétaire de la période restante. Cette partie prévisionnelle est établie en fonction de la performance réalisée et des dernières informations commerciales, industrielles, sociales, etc., disponibles. Cette révision semestrielle donne lieu à une liasse budgétaire révisée comprenant les mêmes éléments de synthèse que le budget annuel. L'objectif de ces travaux semestriels est d'être au plus près de la réalité économique et de notre environnement afin de valider notre stratégie et nos actions. (...)

Elaboration et contrôle de l'information comptable et financière

L'ensemble des processus relatifs à la production de l'information comptable et financière est présenté au paragraphe 3.2.

Plus précisément, et sans que cette liste soit exhaustive, divers contrôles, instances, ou processus y sont consacrés :

- Rapprochement des flux de matière et des stocks, prises d'inventaires
- Suivi et contrôle des prix d'achats et des prix de vente
- Procédure d'approbation préalable des investissements
- Délégations formalisées et notifiées aux directeurs opérationnels
- Doubles signatures
- Revue périodique des résultats par filiale
- Suivi hebdomadaire des positions de trésorerie, mise en ligne centralisée de celles-ci sur une base journalière. (...)

Fait à VERAC
Le 27 mars 2012

Le Président du Conseil d'administration

ACEFI CL
48, avenue du Président-Wilson
75116 Paris
S.A.R.L. au capital de 220.000 €

ERNST & YOUNG Audit
1/2, place des Saisons
92400 Courbevoie - Paris-La
Défense 1
S.A.S. à capital variable

Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Paris

Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Versailles

LE BÉLIER, S.A.

Exercice clos le 31 décembre 2011

Rapport des commissaires aux comptes, établi en application de l'article L. 225-235 du Code de commerce, sur le rapport du président du Conseil d'administration

Aux Actionnaires,

En notre qualité de commissaires aux comptes de la société Le Bélier et en application des dispositions de l'article L. 225-235 du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur le rapport établi par le président de votre société conformément aux dispositions de l'article L. 225-37 du Code de commerce au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2011.

Il appartient au président d'établir et de soumettre à l'approbation du conseil d'administration un rapport rendant compte des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place au sein de la société et donnant les autres informations requises par l'article L. 225-37 du Code de commerce, relatives notamment au dispositif en matière de gouvernement d'entreprise.

(...)

Les normes d'exercice professionnel requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à apprécier la sincérité des informations concernant les procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière contenues dans le rapport du président. Ces diligences consistent notamment à :

- prendre connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière sous-tendant les informations présentées dans le rapport du président ainsi que de la documentation existante ;
- prendre connaissance des travaux ayant permis d'élaborer ces informations et de la documentation existante ;
- déterminer si les déficiences majeures du contrôle interne relatif à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière que nous aurions relevées dans le cadre de notre mission font l'objet d'une information appropriée dans le rapport du président.

Sur la base de ces travaux, nous n'avons pas d'observation à formuler sur les informations concernant les procédures de contrôle interne et de gestion des risques de la société relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière contenues dans le rapport du président du conseil d'administration, établi en application des dispositions de l'article L. 225-37 du Code de commerce.

Autres informations

Nous attestons que le rapport du président du conseil d'administration comporte les autres informations requises à l'article L. 225-37 du Code de commerce.

Paris et Paris-La Défense, le 5 avril 2012

Les Commissaires aux Comptes

ACEFI CL
Audit

ERNST & YOUNG

Le rapport – *Saint Gobain* (A2 sgl)

Performances opérationnelles

Après un début d'année globalement satisfaisant, l'activité du Groupe a subi, à partir du 2ème trimestre, l'impact de la dégradation de la conjoncture économique en Europe et des difficultés du Vitrage, tant en Europe qu'en Asie et en pays émergents.

(...)

En dépit de l'amélioration de la rentabilité en Amérique du Nord, la marge d'exploitation du Groupe recule, et s'établit à 6,7% contre 8,2% en 2011, sous l'influence, principalement, du tassement des volumes de vente en Europe occidentale et d'un différentiel prix/coûts très négatif dans le Vitrage.

(...)

L'Aménagement Intérieur réalise une légère croissance interne sur l'année (+1,3%), grâce à la très bonne dynamique de ses prix de vente (notamment aux Etats-Unis), qui permet de neutraliser l'impact, sur les résultats, de l'augmentation des coûts de l'énergie et des matières premières. Les volumes sont bien orientés en Amérique (du Nord et surtout du Sud) et en Asie, mais reculent en Europe (de l'Ouest et de l'Est). En France, Isover continue toutefois à bénéficier du renforcement des réglementations en matière d'efficacité énergétique dans l'Habitat (et notamment de la Réglementation Thermique 2012), et réalise une croissance interne de 5,4% sur l'année. La marge d'exploitation de l'Activité s'améliore, et atteint 8,3% du chiffre d'affaires contre 8,2% en 2011.

L'Aménagement Extérieur connaît une baisse de -3,7% de son chiffre d'affaires à données comparables, sous l'impact du fort recul des ventes de la Canalisation, les autres composantes de l'Activité restant stables. Les Produits d'Extérieur continuent à bénéficier de la reprise du marché de la construction résidentielle aux Etats-Unis, mais pâtissent de la base de comparaison très élevée que constitue l'année 2011 (impact ponctuel des intempéries de début d'année 2011 sur les rénovations de toitures aux Etats-Unis), qui occulte temporairement la progression de l'activité. Quant aux Mortiers Industriels, ils réalisent une croissance à deux chiffres en Asie et pays émergents, mais subissent, en Europe occidentale, l'impact de l'aggravation de la crise économique. Pour l'ensemble de l'Activité, et notamment les Mortiers, les prix de vente conservent une bonne dynamique, mais ne parviennent pas à compenser intégralement la forte augmentation du coût des matières premières et de l'énergie. En conséquence, et malgré les premiers effets des programmes d'adaptation à la conjoncture, la marge d'exploitation est en baisse, à 8,3% contre 10,7% en 2011.

(...)

La France et les autres pays d'Europe occidentale voient leur chiffre d'affaires se replier, à données comparables, de 2,5% et de 4,3% respectivement, en raison, notamment, de la forte baisse des ventes du

Vitrage et de la Canalisation. Par ailleurs, et de façon générale, les autres activités du Groupe ont souffert, à partir du 2^{ème} trimestre, de la dégradation de l'environnement économique en Europe occidentale. Les ventes du Conditionnement (Verallia) ont en revanche fait preuve d'une bonne tenue tout au long de l'année. La marge d'exploitation recule, tant en France que dans les autres pays d'Europe occidentale, et ressort à 5,4% et 5,3% respectivement (contre 6,6% et 6,7% respectivement en 2011). (...)

Reflétant la grande discipline financière du Groupe dans ce contexte de ralentissement économique, les investissements industriels baissent de 8,4% (-163 millions d'euros) sur l'année, après un recul de 21,3% (-276 millions d'euros) au second semestre. Ils représentent 1773 millions d'euros sur l'ensemble de l'année (soit 4,1% des ventes, contre 4,6% en 2011). Près de la moitié de ce montant correspond à des investissements de croissance, consacrés presque intégralement à l'Asie et aux pays émergents.

L'autofinancement s'établit à 2 791 millions d'euros, en recul de 18,4% par rapport à 2011 ; avant impact fiscal des plus et moins-values de cessions et dépréciations d'actifs, il reflue de 20,3%, à 2 668 millions d'euros, contre 3 349 millions d'euros en 2011. (...)

L'endettement net augmente de 4,9% (395 millions d'euros) et s'établit à 8,5 milliards d'euros au 31 décembre 2012. Il représente 47% des fonds propres (capitaux propres de l'ensemble consolidé), contre 44% au 31 décembre 2011. Le ratio « dette nette sur EBE (EBITDA) » s'établit à 1,92, légèrement supérieur au 31 décembre 2011 (1,63). Sur la base de comptes proforma au 31 décembre 2012 après cession de Verallia North America, l'endettement net du Groupe serait ramené à 7,5 milliards d'euros, ce qui porterait les ratios « dette nette sur fonds propres » et « dette nette sur EBE (EBITDA) » à respectivement 41% et 1,77. (...)

Plan d'actions face à la dégradation de l'environnement économique

Afin de faire face à la dégradation de la conjoncture observée à partir du 2^{ème} trimestre en Europe occidentale et, de façon générale, dans le Vitrage, le Groupe a une nouvelle fois fait la preuve de sa capacité d'adaptation et de sa grande discipline financière, tout en poursuivant ses orientations stratégiques. Il a notamment :

- continué à donner la priorité aux prix de vente : en augmentation de 1,7% sur l'année (et de +2,0% hors Vitrage), ils permettent de contenir l'impact de la hausse des coûts des matières premières et de l'énergie ;
- mis en œuvre un nouveau programme de réductions de coûts de 520 millions d'euros sur l'ensemble de l'année (dont 110 millions d'euros dans le Vitrage). Ce programme, ciblé sur l'Europe occidentale, l'Asie et les pays émergents (en particulier pour le Vitrage et la Canalisation), sera poursuivi et amplifié en 2013, de telle sorte que son impact en année pleine (2013) sera porté à 1 100 millions d'euros (par rapport à la base de coûts de 2011) – dont 240 millions d'euros dans le Vitrage – au lieu des 750 millions d'euros prévus initialement ;
- fortement réduit son Besoin en Fonds de Roulement d'Exploitation (BFRE), avec un gain de 5 jours (555 millions d'euros) sur l'ensemble de l'année, ce qui s'est traduit par une augmentation (de 613 millions d'euros, soit +73,2%) de sa génération de trésorerie (autofinancement libre* + variation de BFRE), pour atteindre 1 450 millions d'euros ;
- contrôlé ses investissements industriels et financiers (-19% par rapport à 2011), notamment au second semestre (-39% par rapport au 2nd semestre 2011), tout en les concentrant (à hauteur de 66%) sur ses axes de développement prioritaires : Asie et pays émergents, marchés de l'efficacité énergétique et de l'énergie, et consolidation de ses points forts dans les Produits pour la Construction et la Distribution Bâtiment ;
- franchi une nouvelle étape dans la mise en œuvre de sa stratégie de recentrage sur les métiers de l'Habitat, avec la conclusion d'un accord en vue de la cession, à un très bon prix (1,7 milliard de dollars, soit 6,5 x l'EBE (EBITDA)), de Verallia North America. Cette opération lui permet par ailleurs

de renforcer son bilan et de consolider sa solidité financière : ainsi, après ce désinvestissement, en proforma au 31 décembre 2012 :

- le taux d'endettement sur fonds propres passerait de 47% à 41%,
- le ratio « dette nette sur EBE (EBITDA) » passerait de 1,92 à 1,77 ;

(...)

Perspectives 2013

Après une année 2012 difficile, marquée par la forte baisse des marchés du Vitrage et le ralentissement des économies européennes, l'année 2013 s'annonce encore très incertaine à ce stade. Elle devrait toutefois bénéficier de la confirmation du redressement des économies américaines (du Nord et du Sud) et asiatiques, la conjoncture européenne restant encore pour sa part très peu visible.

Dans ce contexte général, le Groupe anticipe les évolutions suivantes pour ses principaux marchés :

- en Amérique du Nord, la construction résidentielle (neuve et rénovation) devrait poursuivre sa reprise progressive, tandis que la production industrielle devrait se maintenir à un bon niveau ;

(...)

Pierre-André de Chalendar,
Le président Directeur Général

Le rapport – Lafarge (A2 lafr)

Résultats au 30 juin 2012

NYSE Euronext Paris : LG

27.07.2012

(...)

Les volumes de ciment, de granulats et de béton sont en léger recul sur le trimestre et sur le semestre. Pour le ciment, les volumes ont baissé de 3 % sur le trimestre et de 1 % sur le semestre, sous l'effet des désinvestissements et de la baisse des volumes observée principalement en Europe occidentale et en Europe centrale et de l'Est, partiellement compensée par l'amélioration enregistrée en Amérique du Nord et en Asie. Les volumes de granulats ont enregistré un repli de 1 % sur le trimestre et de 2 % sur le semestre, lié à la baisse de l'activité de construction en Europe occidentale. Les volumes de béton ont diminué de 7 % sur les deux périodes en raison de la cession des activités de béton prêt à l'emploi aux États-Unis au troisième trimestre 2011, créant une base de comparaison défavorable. A périmètre constant, les volumes de béton prêt à l'emploi sont restés stables.

(...)

L'EBITDA est en hausse de 8 % pour le trimestre et sur le semestre sous l'effet des progressions à deux chiffres de l'EBITDA enregistrées au Moyen-Orient & Afrique, en Amérique Latine, en Asie, et en Amérique du Nord. La tendance est en baisse en Europe occidentale et en Europe centrale et de l'Est en raison des conditions météorologiques défavorables observées au début de l'année, de la diminution des ventes de crédits carbone de 51 millions d'euros au premier semestre par rapport au premier semestre 2011, et de l'environnement économique défavorable. La contribution globale des mesures de réduction des coûts aux résultats du premier semestre s'est élevée à 170 millions d'euros.

(...)

Des informations plus complètes sur Lafarge peuvent être obtenues sur ce site internet, notamment à la page :

Information réglementée

Ce document ne constitue pas une offre de vente ou la sollicitation d'une offre d'achat de titres Lafarge.

Le rapport – *Michelin* (A2 mich)

RELATIONS AVEC LES ACTIONNAIRES

L'ensemble des actionnaires a accès à une information complète, transparente et claire, adaptée aux besoins de chacun. Une très large variété de documents publics dont ceux diffusés au titre de l'information réglementée couvre l'activité, la stratégie et l'information financière de l'Entreprise : communiqués de presse, Rapport d'Activité et de Développement Durable, Document de Référence, Rapport Financier Annuel, Rapport Financier Semestriel, Livret de l'actionnaire, Lettres aux actionnaires, statuts de la Société. Tous ces documents sont facilement accessibles sur le site Internet du Groupe www.michelin.com/corporate sous la rubrique "Finance", en français et en anglais, et sur demande auprès du service des Relations Investisseurs de Michelin.

En outre, Michelin a organisé en 2011 sept réunions d'actionnaires individuels à Annecy, Lille, Marseille, Metz, Paris, Rennes et Toulouse. Les 18 et 19 novembre 2011, le Groupe était présent à Paris au salon Actionaria pour dialoguer avec ses actionnaires individuels ou se présenter à ceux qui souhaitaient le devenir. Parallèlement, près de 260 réunions et rendez-vous individuels dans 18 pays ont permis de dialoguer directement avec 750 investisseurs institutionnels et analystes financiers en 2011. Des présentations thématiques et des visites de sites ont été organisées pour des analystes, des investisseurs et des gérants de portefeuille. (...)

L'ambition du Groupe est de privilégier partout où cela est possible l'émergence d'un management local hautement qualifié, dans le respect des cultures locales. Ainsi, près de la moitié des cadres à hautes responsabilités (46,3 %) ne sont pas de nationalité française. Partout dans le monde, les managers locaux apportent au Groupe leur culture et leur compréhension des enjeux régionaux. (...)

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES ANNUELS

Assemblée générale d'approbation des comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2011

Aux actionnaires de la Compagnie Générale des Établissements Michelin

Mesdames. Messieurs,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée générale, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 31 décembre 2011, sur :

- le contrôle des comptes annuels de la Compagnie Générale des Établissements Michelin, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- la justification de nos appréciations ;
- les vérifications et information spécifiques prévues par la loi.

Les comptes annuels ont été arrêtés par les Gérants. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes

Opinion sur les comptes annuels

Nous avons effectué notre audit selon les normes d'exercice professionnel applicables en France ; ces normes requièrent la mise en oeuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à vérifier, par sondages

ou au moyen d'autres méthodes de sélection, les éléments justifiant des montants et informations figurant dans les comptes annuels. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis, les estimations significatives retenues et la présentation d'ensemble des comptes. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Nous certifions que les comptes annuels; sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la Société à la fin de cet exercice.

Justification de nos appréciations

En application des dispositions de l'article L. 323-9 de Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

- La Société apprécie annuellement la valeur d'inventaire de ses titres de participation selon la méthode décrite dans m'annexe à la note "Méthodes comptables - Immobilisations financières". Nous avons examiné la méthodologie retenue par la Société et sa mise en oeuvre sur la base des éléments disponibles, et nous avons apprécié les estimations qui en résultent.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes annuel, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion, exprimée dans la première partie de ce rapport.

Vérifications et informations spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, aux vérifications spécifiques prévus par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion des Gérants et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels.

Concernant les informations relatives au prélèvement statutaire et celles fournies en application des dispositions de l'article L.225-102-1 du Code de commerce sur les rémunérations et avantages versés aux mandataires Sociaux ainsi que sur les engagements Consentis en leur faveur, nous avons vérifié leur concordance avec les comptes ou avec les données ayant servi à l'établissement de ces comptes et, le cas échéant, avec les éléments recueillis par votre Société auprès des sociétés contrôlant votre Société ou contrôlées par elle. Sur la base de ces travaux, nous attestons l'exactitude et la sincérité de ces informations.

En application de la loi, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives à l'identité des détenteurs du capital vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Fait à Neuilly-sur-Seine, le 6 février 2012

PricewaterhouseCoopers Audit
Christian Marcellin

Deloitte & Associés
Dominique Descours

Commissaire aux Comptes
Membres de la Compagnie régionale de Versailles

(...)

Nous avons effectué notre audit selon les normes d'exercice professionnel applicables en France ; ces normes requièrent la mise en oeuvre de diligences l'assurance raisonnable que les comptes consolidés ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à vérifier, par sondages ou au moyen d'autres méthodes de sélection, les éléments justifiant des montants et informations figurant dans les comptes consolidés. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis, les estimations significatives retenues et la présentation d'ensemble des comptes. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion. Nous certifions que les comptes consolidés de l'exercice sont, au regard du référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière, ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les personnes et entités comprises dans la consolidation.

(...)

Plan d'actions gratuites

Le Groupe peut adopter des plans attribuant gratuitement des actions de la Société à certains de ses salariés. La date d'attribution est celle à laquelle la décision des Gérants sur le nombre d'actions gratuitement attribuées est communiquée aux bénéficiaires, accompagnée du document décrivant les conditions qui leur sont attachées. La juste valeur des actions attribuées gratuitement repose sur le cours spot de l'action de la Société à la date d'attribution, duquel est déduite la valeur actualisée des dividendes qui ne seront pas reçus par les bénéficiaires durant la période d'acquisition des droits. Le nombre d'actions qui sera finalement émis à la fin de la période d'acquisition dépend de l'atteinte de conditions de performance propres au Groupe et de conditions de présence. Le coût total des avantages dépend de la juste valeur des actions attribuées et du nombre d'actions qui seront finalement émises. Ce coût est étalé sur la période d'acquisition des droits au cours de laquelle les services sont rendus. Il est comptabilisé en Autres charges opérationnelles.

(...)

Le rapport – *Schneider Electric* (A2 sch)

Schneider Electric - Relations Investisseurs – Résultats annuels 2012 – 21 février 2013

Point sur la stratégie et les activités

Encore une année de résultats et cash flow libre records sur des marchés contrastés...

Une croissance organique aux tendances contrastées

(...)

Les Produits baissent malgré une croissance des produits de gestion du bâtiment, les conditions difficiles du marché de la sécurité vidéo continuant de peser sur les volumes d'affaires.

Les Solutions baissent dans les services avancés en raison de prudence des dépenses gouvernementales en Amérique du Nord et de bases de comparaisons élevées au Royaume- Uni et en Australie, et ce malgré la croissance des systèmes de sécurité pour les aéroports et établissement scolaires, notamment aux Etats-Unis.

(...)

Contacts et agenda

Carina Ho – Directeur de la Communication Financière

Tel: +33-1-41-29-83-29 carina.ho@schneider-electric.com

Grégoire Rougnon – Senior Manager des Relations Investisseurs

Tel: +33-1-41-29-81-25 gregoire.rougnon@schneider-electric.com

Le rapport – *Danone* (A2 dan)

Rapport financier semestriel 2012

Période close le 30 juin 2012

Société anonyme à Conseil d'Administration au capital de 160 790 500 euros

Siège social : 17, boulevard Haussmann, 75009 Paris

552 032 534 R.C.S. Paris

DANONE – Rapport Financier Semestriel 2012

Au premier semestre 2012, le Pôle Produits Laitiers Frais a enregistré une hausse de son chiffre d'affaires de +2,9 % en données comparables, par rapport au premier semestre 2011, résultant de volumes en léger déclin à -0,2% et d'une croissance en valeur de +3,1%.

Le chiffre d'affaires du Pôle Eaux a progressé de +9,6% en données comparables au premier semestre 2012, avec une croissance en volume de +5,2% et un effet prix/mix de +4,4%.

Le Pôle Nutrition Infantile bénéficie d'une croissance excellente avec un chiffre d'affaires en progression de +11,3 % en données comparables au premier semestre 2012. Cette croissance se décompose en une croissance en volume de +5,4% et une croissance en valeur de +5,9%.

Le chiffre d'affaires du Pôle Nutrition Médicale a progressé de +6,6% en données comparables au premier semestre 2012, tiré par les volumes de +7,1%.

(...)

Par ailleurs, l'inflation des coûts matières premières du Groupe a été supérieure aux attentes depuis le début de l'année.

En conséquence, le Groupe a décidé d'ajuster ses objectifs 2012 comme suit :

·objectif de croissance du chiffre d'affaires inchangé, à 5%-7% en données comparables ; la bonne performance de l'ensemble des activités en Asie, Amériques, Afrique Moyen-Orient et CEI permettant de compenser les pressions auxquelles est soumise l'Europe de l'Ouest ;

·objectif de marge opérationnelle courante ramené de "stable" à "en baisse de 50 points de base à données comparables". L'ajustement de cet objectif a pour but de mettre en place les actions nécessaires en Europe du Sud, tout en continuant à développer les ventes et la profitabilité du Groupe dans le reste du monde ;

·objectif de free cash flow, inchangé, à 2 milliards d'euros, le Groupe continuant à progresser notamment dans sa gestion du besoin en fonds de roulement.

(...)

Les prévisions présentées ci-dessus ont été élaborées selon des méthodes comptables conformes à celles suivies par le Groupe pour l'établissement des informations historiques. Elles reposent sur de nombreuses hypothèses, parmi lesquelles, les hypothèses ci-dessous :

·les données ont été établies sur la base de taux de change et de taux d'intérêt prévisionnels élaborés au niveau du Groupe ;

(...)

Pour les différentes UGT des Pôles Produits Laitiers Frais et Eaux, les indicateurs analysés incluent principalement des éléments internes tels que l'évolution des ratios clés de chaque UGT.

(...)

Par conséquent, aucune perte de valeur n'est à constater au 30 juin 2012 sur aucune des UGT du Pôle Produits Laitiers Frais ;

· concernant le Pôle Eaux, l'analyse des indicateurs de perte de valeur n'a pas conduit à mener de test de perte de valeur sur les UGT significatives. Aucune perte de valeur n'est à constater au 30 juin 2012 sur aucune des UGT du Pôle Eaux.

Pierre-André Térissé,
Le directeur général des finances

Le rapport – Société Générale (A2 sg)

Rapport au Premier ministre

Concernant les enseignements à tirer des événements récemment intervenus à la Société Générale

Monsieur le Premier ministre,

Vous m'avez demandé, le vendredi 25 janvier, de vous remettre un rapport traitant du déroulement des événements concernant la perte de, 94 milliards d'euros sur opérations de marché intervenue à la Société Générale et présenter les premiers enseignements à en tirer.

(...)

Le débouclage de ces positions s'est fait dans des conditions particulièrement difficiles. En effet, les marchés financiers étaient très perturbés du fait notamment des incertitudes sur l'évolution de l'économie

américaine, des pertes très élevées liées aux crédits à risque américains annoncées par les grands groupes bancaires et de la dégradation d'un des principaux assureurs monoline. Ces éléments ont rendu les marchés très volatils dès le vendredi 18 janvier 2007. Ce même jour, le CAC40 atteignait son plus bas niveau depuis plus d'un an en passant sous la barre des 5100 points, tandis que Francfort était en recul de 1,34 % et l'indice paneuropéen EUROSTOXX baissait de 1,74%.

La baisse s'est poursuivie et aggravée sur les marchés asiatiques le lundi 21 janvier, dès avant l'ouverture des marchés européens. Ce jour-là, la Bourse de Tokyo a fini à son niveau le plus bas depuis octobre 2005, en baisse de 3,86 %. Hong Kong a cédé 5,5%. La fermeture des marchés américains ce même jour, après quatre séances de baisse consécutives, n'a pas contribué à apaiser les tensions. Cette situation a entraîné une forte réaction des marchés européens, contraints d'absorber des volumes très importants : à Paris les volumes échangés ont atteint 16,7 milliards d'euros dont 8,6 milliards sur le CAC40.

Les deux jours suivants, les évolutions des marchés sont été contrastées. L'abaissement des taux directeurs de 0,75 pdb par la FED le mardi 22 janvier a eu un effet limité sur des marchés toujours très volatils du fait d'inquiétudes persistantes quant à l'évolution de la situation économique mondiale, et notamment des craintes sur la situation de plusieurs assureurs monoline. Les principales places européennes repartent à la baisse le mercredi : Paris et Francfort cèdent plus de 4 %, Londres baisse de plus de 2 %.

Toute vente d'un titre sur un marché a, toute chose égale par ailleurs, un impact baissier sur son cours. Toutefois, à la lumière des différents éléments évoqués ci-dessus, les opérations de débouclage en question ne sont pas la cause de la dynamique très négative et volatile des marchés financiers entre le 21 et le 23 janvier 2008.

(...)

Les informations sur les positions ouvertes de la Société Générale revêtaient indéniablement un caractère privilégié. Le rapport de leur divulgation au marché a recueilli le dimanche 20 janvier vers 17h00 un accord de principe de la part du secrétaire général de l'AMF, approuvé ensuite par le Président de l'AMF.

(...)

En l'espèce, les décisions envisagées par la Société Générale (débouclage des positions ouvertes et préparation d'une augmentation de capital garantie) apportaient un confort important sur le maintien, voire le renforcement, de sa solvabilité et le secret absolu était une condition essentielle à la mise en œuvre de ces décisions.

(...)

Les deux jours suivants, les évolutions des marchés ont été contrastées. L'abaissement des taux directeurs de 0,75 pdb par la FED le mardi 22 janvier a eu un effet limité sur des marchés toujours très volatils du fait d'inquiétudes persistantes quant à l'évolution de la situation économique mondiale, et notamment des craintes sur la situation de plusieurs assureurs monoline. Les principales places européennes repartent à la baisse le mercredi : Paris et Francfort cèdent plus de 4%, Londres baisse de plus de 2%.

Toute vente d'un titre sur un marché a, toute chose égale par ailleurs, un impact baissier sur son cours. Toutefois, à la lumière des différents éléments évoqués ci-dessus, les opérations de débouclage en question ne sont pas la cause de la dynamique très négative et volatile des marchés financiers entre le 21 et le 23 janvier 2008.

(...)

Impliquer pleinement la direction et l'encadrement des établissements dans le contrôle des risques

Le renforcement effectif des contrôles internes ici envisagé requiert une plus grande implication des instances de gouvernance des établissements. A cet égard il serait souhaitable que, compte tenu de la complexité des opérations effectuées, les organes sociaux mettent en place des comités composés en partie de personnalités indépendantes et dédiés à la surveillance des risques et du contrôle interne. Ce s comités examineraient les résultats des travaux des différentes filières de contrôle interne et prépareraient les délibérations des instances dirigeantes de l'établissement sur ces questions.

Parallèlement, la qualité des systèmes de reporting interne des établissements devrait être renforcée, en s'assurant que les informations transmises correspondent bien aux besoins des différents niveaux hiérarchiques ou de contrôle. Ces reportings devraient combiner systématiquement une approche

quantitative des risques avec un jugement plus qualitatif, de manière à s'assurer notamment de la cohérence entre la nature des activités, les résultats qu'elles dégagent et les risques qu'elles engendrent.
(...)

Annexe (A3) : Les Stratégies

Les Stratégies – *Michelin* (A3 mich)

(...)

Les avantages supérieurs que nous apportons sur le plan de la sécurité, de la longévité et des économies de carburant sont unanimement reconnus et valorisés par les constructeurs et les conducteurs. Plus les réglementations seront sévères, plus les matières premières et l'énergie seront chères, plus la qualité de notre offre prendra de la valeur. Durant cette période, nous avons anticipé ces évolutions et mis en place des organisations qui démultiplient notre puissance d'innovation en accélérant les développements et les lancements.

(...)

ENJEUX ET STRATÉGIE

Michelin accélère son développement pour tirer profit de la forte croissance des nouveaux marchés et de la généralisation attendue des pneus plus respectueux de l'environnement dont il est le leader mondial. Le Groupe allie performance et responsabilité pour engager une nouvelle étape de conquête en contribuant à construire une mobilité routière durable.

QUELLE MOBILITÉ POUR DEMAIN ?

Dans un monde toujours plus ouvert, le transport des biens ne cesse de croître, les personnes souhaitent se déplacer davantage, de façon plus sûre. Le nombre de véhicules pourrait ainsi doubler pour dépasser 1,6 milliard à l'horizon 2030. Mais avec la raréfaction des énergies fossiles, le changement climatique, la dégradation de l'environnement et l'urbanisation — plus de 60% des 8,2 milliards d'habitants de 2030 vivront dans des villes — l'industrie automobile s'est engagée dans une formidable évolution. L'enjeu : une mobilité routière plus sobre, plus propre, plus sûre et capable de tirer pleinement parti des technologies de l'information (TIC).

Une mobilité plus sûre

Première cause de mortalité des jeunes, la circulation routière tue chaque année 1,2 million de personnes et en blesse 50 millions. Les pays en développement sont les plus durement frappés.

Une mobilité plus propre

Le transport routier représente 18 % des émissions de CO₂ fossiles issues de l'activité humaine. La part des pneus s'élève à 4 % : elle est due au carburant consommé pour vaincre leur résistance au roulement. Cela peut représenter 1 plein sur 3 pour une voiture et 1 sur 3 pour un poids lourd. Pour limiter la hausse moyenne des températures en 2100, il faudrait diviser par deux les émissions de CO₂ d'ici 2050, alors que l'on s'attend sur la même période au doublement du nombre de véhicules et de kilomètres parcourus. Les encombrements, le bruit et la pollution menacent aussi la qualité de vie dans toutes les grandes villes du monde.

Une mobilité plus sobre et plus économe

L'ensemble des transports consomme plus de 60% de la production pétrolière mondiale. Plus rare et plus cher, le pétrole est un enjeu géostratégique majeur, comme le sont également les autres énergies et les

matières premières non renouvelables. En 2011, le coût des matières premières consommées par la production a représenté 34% des ventes nettes de Michelin. Optimiser leur consommation est impératif pour maintenir le prix des pneus à un niveau acceptable et préserver ces ressources sur le long terme. L'enjeu est d'y parvenir en assurant le même niveau de performances aux utilisateurs.

Une mobilité connectée

Les temps de trajet dépendent surtout du trafic, de l'itinéraire, des temps d'attente, de la disponibilité des places de stationnement et de la rapidité des interconnexions entre moyens de transport. Avec un téléphone portable ou un ordinateur de bord, on peut choisir les meilleures options.

Les TIC peuvent aussi transmettre des informations techniques pour anticiper les opérations de maintenance, encourager une conduite

(...)

QUELS SONT NOS ATOUTS ?

Puissance de la marque MICHELIN, position globale, leadership technologique, offre la plus large, solidité financière : Michelin est bien armé pour relever les défis de la mobilité durable, engager une nouvelle phase de conquête sur tous les marchés et conforter sa présence mondiale.

La marque MICHELIN La marque MICHELIN, par sa promesse d'équilibre et son extraordinaire capital de confiance et de sympathie, compte parmi les plus grandes marques mondiales. Sécurité, fiabilité, longévité, technologie et innovation, expertise et services : la confiance dont elle bénéficie suscite l'achat et fidélise, comme en témoignent ses performances au plus fort de la crise dans toutes les zones géographiques.

(...)

Avec 1,7 milliard d'euros investis en 2011, Michelin a repris une politique d'investissement soutenue. Le Groupe va encore accroître son effort pour le porter à près de 2 milliards d'euros par an sur la période 2012-2015 avec trois orientations : • augmenter fortement ses capacités de production sur les marchés à forte croissance

(...)

En conséquence, le Conseil de Surveillance est favorable à la proposition de vos Gérants de fixer le montant du dividende à 2,10 euros par action. Par ailleurs, la Société souhaite renouveler son programme de rachat d'actions avec un prix maximum d'achat de 100 euros, identique au prix fixé dans le cadre de l'autorisation en vigueur. Afin de compléter efficacement cette résolution, une autorisation d'annuler les actions acquises dans le cadre de ce programme est également sollicitée. Enfin, la Société présente le renouvellement à l'Assemblée de sa faculté d'émettre des emprunts. Dans ces conditions, nous vous recommandons d'adopter les propositions soumises à votre approbation par les Gérants et de voter l'ensemble des résolutions extraordinaires et ordinaires.

Le 6 février 2012.

Éric Bourdais de Charbonnière
Président du Conseil de Surveillance

Les Stratégies – Axa (A3 axa)

Alice Steenland

Directeur Responsabilité d'Entreprise Groupe

Ambition AXA exprime notre volonté de devenir la société préférée. Parmi nos priorités stratégiques figure la nécessité de développer une culture de la confiance et de la réussite. La responsabilité d'entreprise est un moyen de favoriser cette culture, mais à une condition : qu'elle s'inscrive réellement au cœur de notre métier, dans la conduite quotidienne de nos activités. Nous avons décidé d'adopter un comportement responsable et proposer des produits et des services à valeur ajoutée sociale et

environnementale. Nous sommes convaincus que la responsabilité d'entreprise est un élément clé de différenciation, un moteur de la confiance de nos clients et de l'engagement de nos collaborateurs, mais aussi un vecteur d'image.

COMMENT INTÉGRER CETTE RESPONSABILITÉ D'ENTREPRISE DANS LE FONCTIONNEMENT QUOTIDIEN DU GROUPE ?

(...)

DE QUELLE MANIÈRE FAVORISEZ-VOUS L'ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS ?

Lors de la semaine de la responsabilité d'entreprise – « CR Week » – organisée en juin 2011, nous avons donné à chacun l'opportunité de découvrir les actions menées par sa société, de passer en revue les initiatives récentes prises par le Groupe, mais aussi de rappeler en quoi notre thème phare « Recherche et éducation pour la réduction des risques » est plus que jamais au centre de nos préoccupations. Nous avons voulu montrer que ce sujet n'est ni une tendance, ni un programme unique, mais bien une démarche d'amélioration continue, inscrite au cœur même de notre stratégie. Elle donne du sens à notre action. Pour preuve, 87 % des participants à cet événement se sont déclarés plus fiers de travailler chez AXA. Lors du Challenge AXA pour l'Éducation aux Risques, organisé pendant la CR Week, 16 700 employés dans plus de 50 entités à travers le monde ont participé à différentes activités sportives pour soutenir l'ONG CARE.

(...)

La recherche et la prévention sont nos deux principaux axes. Le Fonds AXA pour la recherche a conclu 300 accords qui contribuent, via des partenariats ou le financement de postes de chercheurs, à faire avancer nos connaissances et notre compréhension des risques climatiques, socio-économiques, mais aussi ceux liés à l'allongement de la durée de la vie. D'autre part, le partenariat qu'AXA a noué en 2010 avec CARE pour aider les populations vulnérables à mieux se préparer à faire face aux risques climatiques s'est déployé avec le lancement de programmes de recherche en Inde, en Thaïlande, en Tanzanie et au Pérou. Des programmes de prévention ont également vu le jour aux Philippines et au Vietnam via la plantation de mangroves.

(...)

QUE RECOUVRENT CONCRÈTEMENT LES PRIORITÉS STRATÉGIQUES DÉFINIES ?

Être un groupe de taille mondiale ne veut pas dire que nous voulons être présents dans tous les métiers ou sur tous les segments de marché des pays où nous sommes implantés. Cela veut dire que nous voulons mettre nos ressources là où nous sommes capables de faire la différence, là où nous sommes capables d'avoir une position susceptible de contribuer au développement du Groupe.

(...)

Notre ambition est ainsi de doubler de taille en Asie – l'opération AXA Asia Pacific y participe – en Europe Centrale et de l'Est, au Moyen-Orient et en Amérique latine. Au-delà de la seule géographie, nous voulons monter en puissance sur les métiers de la prévoyance et de la santé, comme nous voulons renforcer notre position de leader mondial sur le Direct. Encore nous faut-il être efficace pour faire de notre taille un véritable avantage concurrentiel. Nous avons déjà lancé un programme d'amélioration de notre compétitivité de 1,5 milliard d'euros d'ici à 2015. C'est un objectif ambitieux qui appelle un effort constant des entités, des régions, des lignes de métiers globales et du Groupe.

(...)

L'assurance vie est un métier de long terme ; c'est dans la durée que le portefeuille de clients et de polices se construit, et que les bénéfices se constituent. AXA est sans doute la compagnie qui dispose du plus important portefeuille en assurance vie avec 40 millions de clients. Nous avons, sans doute, insuffisamment cherché à optimiser ce portefeuille jusqu'à aujourd'hui, mais nous sommes convaincus, notamment grâce à tous les experts de l'assurance vie du Groupe à travers le monde, que le travail d'optimisation que nous avons entamé peut être un puissant levier de performance pour AXA au cours des prochaines années.

(...)

Il nous faut aussi activement développer le direct. En dommages, le direct est l'activité qui croît le plus vite, nos clients étant de plus en plus nombreux à souscrire par internet leur assurance auto. Nous sommes aujourd'hui l'un des acteurs majeurs sur ce marché, nous entendons nous y renforcer encore. Enfin, en gestion d'actifs, c'est notre performance d'investissement qui nous permettra de devenir l'entreprise

préférée. Pour cela, nous devons renforcer le modèle multi expert d'AXA Investment Managers et diversifier les activités d'Alliance Bernstein avec une priorité : se concentrer sur la gestion active.

CETTE STRATÉGIE CONÇUE POUR ACCOMPAGNER LA REPRISE EST-ELLE TOUJOURS OPÉRANTE ALORS QUE LA CRISE DE L'EURO ET DES DETTES SOUVERAINES ASSOMBRIT LES PERSPECTIVES DE CROISSANCE EN EUROPE ?

Lorsque nous avons élaboré notre plan au début 2011, nous nous sommes donné les marges de manœuvre nécessaires. Après une année éprouvante en raison de la crise sans précédent que vit la zone euro, le plan nous procure la flexibilité nécessaire dans un environnement économique pour le moins incertain. Les conditions ont certes évolué, depuis que nous avons chiffré les objectifs d'Ambition AXA, mais nous restons confiants quant à notre aptitude à les tenir en raison de la nature de nos hypothèses. Nous tablons donc toujours sur une croissance moyenne de 10 % de notre résultat opérationnel par an. En effet, de ces 10 %, 6 à 8 % sont liés à notre montée en puissance sur les marchés en forte croissance et à nos efforts pour gagner en efficacité dans tous nos métiers. Ils sont donc largement indépendants des incertitudes actuelles.

(...)

En centrant nos efforts sur les attentes clients et en leur proposant des preuves tangibles, nous avons maintenu notre rang de première marque mondiale d'assurance pour la troisième année consécutive. C'est essentiel pour accélérer dans les pays à croissance rapide. Au-delà de ces initiatives, nous continuons de renforcer notre efficacité en simplifiant nos processus et nos interactions avec les entités. Nous avons entrepris de moderniser nos modèles de distribution, en particulier grâce au multi accès et à l'efficacité accrue de nos équipes commerciales.

(...)

Stratégie et engagements Stratégie de responsabilité d'entreprise

Le développement durable est défini comme un "développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à satisfaire les leurs" (Rapport remis à l'ONU par la Commission Brundtland, 1987). Il s'agit donc d'équilibrer sur le long terme l'interaction de trois domaines : environnement, social et économie.

La « Responsabilité d'Entreprise » constitue l'engagement des entreprises à contribuer à un développement économique durable et aux intérêts de la société, au sens large, en assumant la responsabilité des impacts directs et indirects de leurs activités sur les différents intervenants, notamment : clients, fournisseurs, collaborateurs actionnaires, communautés et environnement. L'entreprise responsable se situe à l'intersection du développement social, du respect de l'environnement et de la performance économique. (...)

Actionnaires et Risques ESG

La responsabilité au coeur de notre modèle de gouvernance

La responsabilité d'AXA envers ses actionnaires inclut la garantie d'une viabilité à long terme de l'entreprise grâce à une gouvernance d'entreprise solide et transparente et une culture d'entreprise éthique, bénéficiant de nos standards et du Code de déontologie d'AXA. Reconnaisant l'influence de notre activité sur la société au sens large, nous intégrons progressivement des enjeux sociaux et environnementaux au coeur de notre gouvernance, de nos processus de gestion du risque et de notre stratégie d'investissement. (...)

La responsabilité envers la société civile

En tant qu'entreprise citoyenne, AXA s'engage à jouer un rôle positif au sein de la société. Nous nous efforçons de définir une culture qui encourage le bénévolat des collaborateurs et les donations afin de soutenir les communautés au sein desquelles nous oeuvrons. Nous nous engageons également sur le partage de notre expertise professionnelle en aidant à optimiser la perception des risques auxquels font face individus et société au sens large.

Les stratégies – *Schneider Electric* (A3 sch)

Nous poursuivons notre développement dans les nouvelles économies, qui représentent désormais 41 % de notre chiffre d'affaires, élargissant notre présence dans ces géographies dont le potentiel est considérable et développant catalogues et solutions spécialement adaptés à ces pays.

(...)

Notre mission

Schneider Electric intervient dans la gestion de l'énergie dans l'espace situé entre la production d'énergie et la consommation. Sa mission consiste à tirer parti de son portefeuille pour rendre l'énergie :

- sûre : en protégeant les personnes et les biens ;
- fiable : en garantissant un courant ultra-sécurisé, ultra-pur et interrompu, notamment pour les applications sensibles ;
- efficace : en proposant des solutions adaptées aux besoins chaque marché ;
- productive : en généralisant automatismes et connectivité et en proposant des services tout au long du cycle de vie des installations ;
- et verte : en proposant des solutions toujours plus respectueux de l'environnement.

(...)

De multiples accès au marché

Schneider Electric place la satisfaction de ses clients au coeur de sa stratégie de croissance. Ainsi, toute relation avec Schneider Electric doit être pour le client - quel qu'il soit et où qu'il soit - une expérience positive et satisfaisante en termes d'accueil, d'écoute et de réponse à ses besoins. Ce parti pris constitue un facteur de différenciation important. Dans tous les pays, des enquêtes mesurent régulièrement le taux de satisfaction des clients et des programmes de formation sont mis en oeuvre pour les collaborateurs. Le Groupe met également à la disposition de ses clients des prestations de diagnostic et d'assistance technique en ligne, ainsi que de nombreux services sur Internet (catalogue électronique, logiciels téléchargeables formations et informations en ligne).

Les stratégies – *Danone* (A3 dan)

Pierre-André Térisse, directeur générale finance

En 2011, Danone est une nouvelle fois au rendez-vous de ses objectifs sur la progression du chiffre d'affaires, sur la marge opérationnelle et sur le free-cash-flow.

La croissance du chiffre d'affaires sur l'année est très positive, à 7,8 % à taux de change et périmètre comparables. Cette progression s'explique en partie par la performance remarquable de la division Faux, avec + 15,7 % de croissance sur l'année. Dans les Produits laitiers Frais, les pays émergents d'Amérique latine, d'Asie et du Moyen-Orient ont continué à tirer la croissance, tandis que 2011 a été une année importante dans la construction de deux pays: la Russie, avec l'intégration Danone-Unimilc, et les Etats-Unis, ensuite, avec le lancement de la gamme de yaourt grec Oikos. La Nutrition Infantile et la Nutrition Médicale, enfin, ont continué à jouer leur rôle de moteur de croissance régulier et performant.

58% de la croissance des ventes et $\frac{3}{4}$ de l'augmentation du profit opérationnel sont assurés par les MICRUB, les six pays prioritaires de Danone.

LE GROUPE A AMÉLIORÉ SA MARGE OPÉRATIONNELLE DE 20 POINTS DE BASE en données comparables, une véritable performance dans un contexte particulièrement difficile du fait d'une inflation des matières premières de teindre de 10%. *Cette* performance a été permise par la forte progression du chiffre d'affaires, par les efforts continus d'économies de coûts, et par la politique de hausses de prix sélectives mises en oeuvre dans de nombreux pays.

LE FREE-CASH-FLOW A CONTINUE A CROITRE fortement, atteignant cette année **1,874** milliard d'euros, soit une progression de 9,4% par rapport à **2010**. Cela place le groupe en bonne voie pour atteindre son objectif de 2 milliards de free-cash-flow dès 2012.

ENFIN, POUR LA PREMIERE FOIS, LES PAYS EMERGENTS représentent plus de la moitié de l'activité ; ils ont généré en 2011 l'essentiel de la croissance des ventes et du résultat opérationnel. Cela construit pour 2012 et les années suivantes un groupe de plus en plus solide pour saisir les opportunités de croissance qui s'offrent à lui.

L'Innovation – Alcatel-Lucent (A3 alc vis)

Le Personal Cloud

L'arrivée de tablettes et terminaux « intelligents » dans nos lieux de travail stimule la demande d'accessibilité du contenu du Cloud en tout temps et en tout lieu. Bienvenue dans l'ère du PC

Stratégies d'entreprise

Conversations collaboratives: redéfinition des communications et de l'espace de travail numérique

Réseau optimisé pour les applications: une optimisation des applications puissante, intelligente et contextuelle.

Le passage au Cloud: préparation des entreprises à accéder au Cloud

Tendances et innovations

BYOD : soyez maître de votre destin : cette tendance, qui fait qu'un nombre croissant de personnes se servent de leurs appareils personnels dans un contexte professionnel, présente des avantages en termes de mobilité, collaboration et productivité. Elle accroît aussi le risque que des personnes externes non autorisées accèdent aux informations sensibles de l'entreprise chaque fois que de tels terminaux sont employés.

SDN (Software Defined Networks) : avec cette stratégie, nous visons à fournir une infrastructure virtuelle coordonnée qui permet aux applications et au réseau de collaborer pour offrir une expérience utilisateur de haute qualité et assurer une consommation optimisée des ressources.

L'entreprise à l'ère des tablettes et des smartphones : la tendance BYOD (utiliser son propre terminal) n'est qu'un début : les tablettes, les smartphones et la nouvelle gamme d'appareils destinés aux utilisateurs finaux révolutionneront l'informatique et les communications d'entreprise comme iTunes et MP3 ont révolutionné l'industrie de la musique. Les entreprises peuvent choisir de leur faire bon accueil ou de les rejeter. Faire correspondre les communications aux objectifs de l'entreprise : vos outils de communication et vos services servent-ils vos objectifs commerciaux ?

Réussir dans le monde réel

Découvrir comment les clients d'Alcatel-Lucent Enterprise ont connu le succès grâce à nos solutions techniques de pointe.

Recherches innovantes

L'organisme de recherche d'Alcatel-Lucent, Bell Labs, est guidé par 3 principes : l'excellence technique, la créativité et l'innovation. Bell Labs bénéficie d'une vue stratégique générale sur le secteur et a joué un rôle dans toutes les grandes avancées technologiques réalisées l'an dernier par Alcatel-Lucent. Partenariats novateurs

Pour accélérer l'innovation, cultiver des idées nouvelles, permettre de multiples possibilités de développement et repousser les limites de la recherche et du développement, Alcatel-Lucent s'appuie sur une grande communauté de développeurs d'applications.

Les stratégies – *Sanofi* (A3 san)

(...)

Être un leader mondial de la santé avec des plateformes synergiques

Nous avons transformé le Groupe en profondeur pour nous concentrer sur sept plateformes de croissance stratégique : diabète, vaccins, santé grand public, maladies rares et sclérose en plaques, autres produits innovants, santé animale et marchés émergents. Ces plateformes nous permettront non seulement d'améliorer l'accès à des soins de qualité et de répondre aux besoins de santé non pourvus, mais elles nous donneront aussi les moyens d'enregistrer une croissance durable pour continuer d'investir dans des activités de recherche et développement innovantes.

Notre ambition est de développer un ensemble intégré d'activités dans le domaine de la santé, de dégager des synergies entre elles, en amont et au niveau de la R&D et en aval, sur le marché.

Mettre des produits innovants sur le marché

La R&D a toujours été et restera la pierre angulaire de notre entreprise. Les progrès de la science nous permettent d'envisager prochainement des traitements plus ciblés et plus efficaces et nous sommes prêts à relever ce défi. Nous avons bâti une organisation en R&D redynamisée, centrée sur les besoins des patients et créatrice de solutions véritablement innovantes.

Saisir les opportunités de croissance à valeur ajoutée

L'évolution et les changements que connaissent l'industrie pharmaceutique, les besoins de santé et la recherche scientifique nous ont fait comprendre qu'il nous fallait nous diversifier pour assurer notre croissance. Nous devons nous tourner vers l'extérieur pour rechercher des partenaires et d'éventuelles acquisitions afin de pouvoir proposer les solutions innovantes de demain. Nous avons su identifier avec succès un certain nombre de partenaires scientifiques et d'entreprises, et nous avons sensiblement conforté nos activités, notamment dans le diabète, l'oncologie, les maladies rares et la santé grand public. Nous allons continuer de rechercher différentes opportunités et de nous associer avec les meilleurs partenaires qui soient.

(...)

Christopher A. Viehbacher

Directeur Général de Sanofi

Les stratégies – *Crédit Agricole (A3 ca)*

Notre Stratégie

Le groupe Crédit Agricole a défini son Projet de groupe en 2010, avec comme ambition centrale d’être le leader de la banque universelle de proximité en Europe, à partir de ses banques de proximité et de tous les métiers qui lui sont liés. Le 20 mars 2014, il présentera son Plan à moyen terme.

La banque universelle de proximité

Le modèle de banque universelle de proximité permet de déployer une offre bancaire intégrée au service de tous les acteurs de l’économie : particuliers, professionnels, agriculteurs, entreprises, collectivités, institutionnels. C’est l’association étroite de la banque de proximité et des métiers qui lui sont liés : assurances, moyens de paiement, crédits à toutes les typologies de clientèle, gestion de l’épargne et banque de financement et d’investissement. La banque universelle de proximité permet de satisfaire au mieux les clients : toute la chaîne de valeur - de la production à la distribution - est contrôlée, et les processus organisés autour du client. Elle garantit des économies de coûts du fait à la fois de l’effet de masse lié à la force de distribution de la banque de proximité et des synergies avec les métiers. Elle est aussi source d’innovation.

Une rentabilité durable

Dans un contexte de crises et d’exigences réglementaires accrues, Crédit Agricole S.A. s’est adapté afin de délivrer une rentabilité durable, au service du financement de l’économie réelle. Trois métiers - la banque de financement et d’investissement, les services financiers spécialisés et la banque de proximité – ont réduit leur profil de risque, leur consommation de liquidité et leurs emplois pondérés. Pour l’essentiel, ces mesures se sont traduites par l’arrêt de certaines activités, le retrait de certains pays, l’accroissement de la collecte bilantielle et le partage des encours de crédit sur les dossiers importants avec des investisseurs tiers, permettant au Groupe de poursuivre son accompagnement de l’activité économique.

Un groupe solide au bilan renforcé

Trimestre après trimestre, le Groupe mène un travail continu pour le renforcement de son bilan, ce dont témoigne l’évolution positive de ses ratios de solvabilité et de sa situation de liquidité. Anticipant la présentation de son Plan à moyen terme, le Groupe a publié sa trajectoire de solvabilité sous Bâle 3 pour 2014 et pour 2015 à la fois pour Crédit agricole S.A. et pour le groupe Crédit agricole. Avec un objectif supérieur à 9,5 % pour le ratio *Common Equity Tier 1 fully loaded* de Crédit Agricole S.A. à fin 2015 et de 13 % pour le groupe Crédit Agricole, le Groupe se situe au-delà de l’exigence réglementaire imposée par Bâle 3.

Les stratégies – *Areva (A3 ar)*

Le groupe AREVA est présent dans ces deux filières qui représentent la majorité des réacteurs en service dans le monde.

Différence entre technologies de génération II et de génération III+

Les technologies des réacteurs nucléaires sont classées en termes de génération. La chronologie des différentes générations correspond à la date de maturité des technologies associées. La génération II

désigne la plupart des réacteurs actuellement en service dans le monde (les principaux sont de type REP et certains de type REM alors que la génération bénéficie d'une technologie évolutionnaire, apportant des compléments et prenant en compte le retour d'expérience des précédentes générations notamment en termes de sûreté et de sécurité. ...

En conclusion

Ces énergies nucléaires et renouvelables répondent toutes à la nécessité de réduire les émissions de CO₂ et sont en mesure de fournir de l'électricité de base ou de pointe. Dans ce contexte, les technologies et services offerts par AREVA dans l'énergie nucléaire et les renouvelables sont complémentaires.

(...)

La dépendance croissante de l'Europe au gaz étranger rend a priori l'exploitation de ce gaz de schiste très attrayante. Pourtant, plusieurs défis se posent pour un développement à grande échelle de la filière : le manque de maturité industrielle et technologique, la difficulté d'accès aux gisements dans certains cas, les différentes réglementations des États européens ainsi que les coûts de développement beaucoup plus élevés qu'en Amérique du Nord. Le prix du CO₂ en Europe a atteint son plus bas niveau à mi-2012, principalement à cause des effets induits par la récession économique sur la demande énergétique. Cependant, les engagements de plus en plus contraignants en matière de réduction des émissions devraient tirer les prix du CO₂ vers le haut dans les pays déjà dotés de marchés carbone alors que dans les autres pays une contrainte carbone à moyen ou long terme semblerait inéluctable. Par ailleurs, à compter de 2013, l'attribution des quotas ne sera plus gratuite au sein du système européen d'échange de quotas d'émissions (ETS). Ainsi, la volatilité observée sur les marchés des matières premières et l'incertitude sur le niveau du prix du carbone rendent le coût de l'électricité au gaz ou au charbon difficile à anticiper.

(...)

Annexe 4 (A4) : La réglementation (A4 reg)

Le Code des Douanes Communautaire (CDC), les dispositions d'application et les lignes directrices - Législation existante

La législation douanière de base de l'Union est contenue dans le Code des Douanes (Règlement (CEE) n° 2913/92 du Conseil) et dans les dispositions d'application du Code (Règlement (CEE) n° 2454/93 de la Commission). Les compétences d'exécution sont conférées à la Commission qui est assistée par le comité du code des douanes. (...)

Le règlement (CE) n° 450/2008 du Parlement européen et du Conseil du 23 avril 2008 établissant le code des douanes communautaire (code des douanes modernisé) (JO L 145 du 4.6.2008, p. 1) visait à adapter la législation douanière pour lui permettre non seulement de s'ajuster à l'environnement électronique des douanes et des échanges commerciaux, mais également de le réglementer. Simultanément, il permettait de revisiter en profondeur la réglementation douanière afin de la simplifier et de mieux la structurer.

Ce règlement est entré en vigueur le 24 juin 2008, mais il n'est pas encore applicable. Il le sera une fois que ses dispositions d'application seront entrées en vigueur, et au plus tard le 24 juin 2013.

Pour les raisons exposées ci-après, il a été décidé d'introduire une proposition de modification du règlement (CE) n° 450/2008 (code des douanes modernisé ou «CDM») avant qu'il ne devienne applicable.

- La mise en œuvre d'une grande partie des processus à introduire dépend de la conception et du développement, par la Commission, les administrations nationales des douanes et les opérateurs économiques, d'un large éventail de systèmes électroniques. Cela exige la mise en œuvre d'un ensemble complexe d'actions de la part des États membres, des acteurs économiques et de la Commission, qui comprennent notamment d'importants investissements dans de nouveaux systèmes informatiques à l'échelle de toute l'Union et dans les activités y afférentes, ainsi qu'un effort sans précédent de la part du monde des affaires, qui est appelé à fonctionner selon de nouveaux modèles commerciaux. Il apparaît désormais que le nombre de nouveaux systèmes informatiques douaniers

mis en place pour juin 2013, date butoir pour l'application du CDM, risque d'être très restreint ou même nul.

- Une nouvelle tâche, apparue après l'adoption du règlement (CE) n° 450/2008 et liée à l'entrée en vigueur du traité de Lisbonne, est l'engagement pris par la Commission de proposer des modifications de tous les actes de base en vue de les aligner sur les nouvelles dispositions du traité de Lisbonne en matière de délégation de pouvoirs et d'attribution de compétences d'exécution, avant le terme de l'actuelle législature du Parlement. De ce fait, les dispositions d'application prévues pour le CDM doivent être à présent «divisées» entre actes délégués et actes d'exécution conformément aux nouveaux pouvoirs conférés par les articles 290 et 291 du TFUE. En outre, le code des douanes «communautaire» (code des douanes modernisé) doit être désormais renommé en code des douanes «de l'Union» (CDU).
- Enfin, le travail mené conjointement sur les dispositions d'application avec les experts des États membres et les représentants des acteurs économiques a aussi fait ressortir la nécessité d'adapter certaines dispositions du CDM, qui ne sont plus compatibles avec les modifications apportées depuis 2008 à la législation douanière ou qui se sont révélées difficiles à mettre en œuvre en recourant à des mesures appropriées et à des processus d'entreprise réalistes (comme c'est le cas pour le dépôt temporaire des marchandises ou la déclaration en douane effectuée sous la forme d'une inscription dans les écritures du déclarant). L'objectif était cependant de limiter ces adaptations au strict nécessaire pour garantir la cohérence des processus.

En conséquence, le 20.2.2012, la Commission a adopté la proposition de refonte du code des douanes modernisé (proposition de règlement du Parlement Européen et du Conseil établissant le code des douanes de l'Union (COM (2012)64).

La proposition maintient les objectifs du règlement (CE) n° 450/2008, qui étaient parfaitement conformes aux politiques et objectifs existants en ce qui concerne les échanges de marchandises entrant ou sortant de l'Union et du territoire douanier de l'Union.

Dans la pratique, l'application des dispositions du règlement qui dépendent de l'utilisation de procédés informatiques de traitement des données et de systèmes électroniques sera pour les périodes pendant lesquelles les systèmes concernés ne sont pas encore disponibles. Il convient cependant que ces périodes et mesures transitoires ne s'étendent pas au-delà du 31 décembre 2020 date butoir à laquelle la mise en œuvre intégrale des composantes du règlement fondées sur des moyens informatiques doit être assurée sur la base des hypothèses financières figurant dans la proposition de la Commission relative au futur programme Douane 2020 (COM (2012)64).

En outre, à l'appui de cette mise en œuvre intégrale, et pour réglementer la mise en place des périodes transitoires, la Commission fournit, dans les six mois suivant l'entrée en vigueur du règlement refondu un programme de travail portant sur la conception et le déploiement de tous les systèmes électroniques nécessaires à la bonne mise en œuvre du règlement. Une totale cohérence est assurée entre ce programme de travail en matière informatique lié spécifiquement à la mise en œuvre du règlement refondu et le plan stratégique pluriannuel visé à l'article 8, paragraphe 2, de la décision n° 70/2008/CE du Parlement européen et du Conseil du 15 janvier 2008 relative à un environnement sans support papier pour la douane et le commerce, d'une part, et le programme de travail annuel visé à l'article 6 de la décision n° 624/2007/CE établissant un programme d'action pour la douane dans la Communauté (Douane 2013), d'autre part. (...)

Remarque générale

Lorsqu'il y a plusieurs débiteurs pour une même dette douanière, ils sont tenus au paiement de cette dette à titre solidaire (**article 213** du CDC).

Dispense de prise en compte

Toutefois, sous certaines conditions, la dette douanière n'a pas être prise en compte et donc n'a pas à être recouvrée.

En vertu de l'**article 220, paragraphe 2, point b)** du CDC, il n'y a pas lieu de prendre en compte a posteriori des droits à l'importation ou à l'exportation (non recouvrement) lorsque quatre conditions cumulatives sont remplies :

- le montant des droits n'a pas été pris en compte par suite d'une erreur des autorités douanières elles-mêmes,
- cette erreur ne pouvait raisonnablement être décelée par le redevable,

- le redevable doit avoir observé toutes les dispositions prévues par la réglementation en vigueur en ce qui concerne la déclaration en douane,
- le redevable doit avoir agi de bonne foi. (...)

Pour les raisons exposées ci-après, il a été décidé d'introduire une proposition de modification du règlement (CE) n° 450/2008 (code des douanes modernisé ou «CDM») avant qu'il ne devienne applicable.

- La mise en œuvre d'une grande partie des processus à introduire dépend de la conception et du développement, par la Commission, les administrations nationales des douanes et les opérateurs économiques, d'un large éventail de systèmes électroniques. Cela exige la mise en œuvre d'un ensemble complexe d'actions de la part des États membres, des acteurs économiques et de la Commission, qui comprennent notamment d'importants investissements dans de nouveaux systèmes informatiques à l'échelle de toute l'Union et dans les activités y afférentes, ainsi qu'un effort sans précédent de la part du monde des affaires, qui est appelé à fonctionner selon de nouveaux modèles commerciaux. Il apparaît désormais que le nombre de nouveaux systèmes informatiques douaniers mis en place pour juin 2013, date butoir pour l'application du CDM, risque d'être très restreint ou même nul.
- Une nouvelle tâche, apparue après l'adoption du règlement (CE) n° 450/2008 et liée à l'entrée en vigueur du traité de Lisbonne, est l'engagement pris par la Commission de proposer des modifications de tous les actes de base en vue de les aligner sur les nouvelles dispositions du traité de Lisbonne en matière de délégation de pouvoirs et d'attribution de compétences d'exécution, avant le terme de l'actuelle législature du Parlement. De ce fait, les dispositions d'application prévues pour le CDM doivent être à présent «divisées» entre actes délégués et actes d'exécution conformément aux nouveaux pouvoirs conférés par les articles 290 et 291 du TFUE. En outre, le code des douanes «communautaire» (code des douanes modernisé) doit être désormais renommé en code des douanes «de l'Union» (CDU).
- Enfin, le travail mené conjointement sur les dispositions d'application avec les experts des États membres et les représentants des acteurs économiques a aussi fait ressortir la nécessité d'adapter certaines dispositions du CDM, qui ne sont plus compatibles avec les modifications apportées depuis 2008 à la législation douanière ou qui se sont révélées difficiles à mettre en œuvre en recourant à des mesures appropriées et à des processus d'entreprise réalistes (comme c'est le cas pour le dépôt temporaire des marchandises ou la déclaration en douane effectuée sous la forme d'une inscription dans les écritures du déclarant). L'objectif était cependant de limiter ces adaptations au strict nécessaire pour garantir la cohérence des processus.

En conséquence, le 20.2.2012, la Commission a adopté la proposition de refonte du code des douanes modernisé (proposition de règlement du Parlement Européen et du Conseil établissant le code des douanes de l'Union (COM (2012)64).

La proposition maintient les objectifs du règlement (CE) n° 450/2008, qui étaient parfaitement conformes aux politiques et objectifs existants en ce qui concerne les échanges de marchandises entrant ou sortant de l'Union et du territoire douanier de l'Union.

Dans la pratique, l'application des dispositions du règlement qui dépendent de l'utilisation de procédés informatiques de traitement des données et de systèmes électroniques sera pour les périodes pendant lesquelles les systèmes concernés ne sont pas encore disponibles. Il convient cependant que ces périodes et mesures transitoires ne s'étendent pas au-delà du 31 décembre 2020 date butoir à laquelle la mise en œuvre intégrale des composantes du règlement fondées sur des moyens informatiques doit être assurée sur la base des hypothèses financières figurant dans la proposition de la Commission relative au futur programme Douane 2020 (COM (2012)64) (...)

Les marchandises sont habituellement placées dans un magasin agréé de dépôt temporaire (article 185 des dispositions d'application du code - DAC) géré soit par l'importateur, soit par une personne exploitant ce magasin; il peut être exigé de la personne qui détient les marchandises qu'elle constitue une garantie afin d'assurer le paiement de toute dette douanière susceptible de naître (article 51, paragraphe 2, en liaison avec l'article 189 du code des douanes).

Si les autorités douanières gèrent elles-mêmes un entrepôt, elles peuvent exiger le stockage des marchandises dans ce lieu (article 51, paragraphe 1, et article 53 du code des douanes). Un entrepôt douanier peut aussi être utilisé à des fins de dépôt temporaire (article 530, paragraphe 2, des DAC).

Si les marchandises doivent quitter le bureau de douane de présentation en vue d'être stockées ailleurs, à savoir dans un magasin de dépôt désigné et contrôlé par un autre bureau de douane, le régime de transit doit alors être utilisé. Les marchandises sont ensuite de nouveau en dépôt temporaire lorsque le régime de transit a pris fin.

Pendant leur dépôt temporaire, les marchandises peuvent uniquement faire l'objet de manipulations ou de traitements destinés à assurer leur conservation, par exemple par refroidissement (article 52 du code) mais, avec l'autorisation des autorités douanières, l'importateur peut examiner les marchandises ou prélever des échantillons (article 42 du code, article 182 des DAC).

Combien de temps cela peut-il durer ?

Les marchandises doivent (conformément à l'article 49 du code) recevoir une destination douanière dans les délais suivants :

- 45 jours à compter de la date du dépôt de la déclaration sommaire en ce qui concerne les marchandises acheminées par voie maritime;
- 20 jours à compter de la date du dépôt de la déclaration sommaire en ce qui concerne les marchandises acheminées par une voie autre que maritime.

Quelles sont les conséquences si les délais fixés pour le dépôt temporaire sont dépassés ?

(...)

La Commission s'est engagée, dans une déclaration au Parlement Européen, au moment de l'adoption du règlement, à ce que les opérateurs du secteur concerné soient étroitement associés à la procédure décisionnelle dans le cadre de la comitologie. Lors de l'examen de points particuliers, des fédérations d'opérateurs ont été et seront invités, en raison de leur expertise dans les sujets concernés, à présenter leur point de vue directement devant le comité du code des douanes.

En ce qui concerne les marchandises entrant dans le territoire douanier de la Communauté par voie maritime, la déclaration préalable à l'arrivée devrait être déposée 24 heures avant présentation en douane des marchandises, à condition que la durée du voyage soit supérieure à ce délai. Dans la plupart des autres cas, le délai sera probablement de 2 heures en cas de notification par voie électronique et de 4 heures en cas de notification par écrit, avant que les marchandises n'entrent sur le territoire douanier de l'UE ou ne le quittent.

Pour les marchandises qui sortent de la Communauté dans le cadre d'un régime douanier, la déclaration en douane, comprenant les données requises concernant la sécurité, servira d'avis anticipé de départ, de façon à ne pas entraîner de charge supplémentaire pour les exportateurs communautaires.

(...)

Les marchandises sont habituellement placées dans un magasin agréé de dépôt temporaire (article 185 des dispositions d'application du code - DAC) géré soit par l'importateur, soit par une personne exploitant ce magasin; il peut être exigé de la personne qui détient les marchandises qu'elle constitue une garantie afin d'assurer le paiement de toute dette douanière susceptible de naître (article 51, paragraphe 2, en liaison avec l'article 189 du code des douanes).

Si les autorités douanières gèrent elles-mêmes un entrepôt, elles peuvent exiger le stockage des marchandises dans ce lieu (article 51, paragraphe 1, et article 53 du code des douanes). Un entrepôt douanier peut aussi être utilisé à des fins de dépôt temporaire (article 530, paragraphe 2, des DAC).

(...)

Quant aux sanctions encourues, il s'agit de l'acquisition automatique de la garantie pour les dommages déclarés ; de plus, l'indemnité versée par l'assureur est alors majorée de plein droit d'un intérêt égal au double du taux de l'intérêt légal.

Puisque la garantie est acquise à l'assuré lorsque l'assureur est défaillant, l'assuré peut, sur simple notification à l'assureur, engager les dépenses qui sont nécessaires à la réparation intégrale des dommages. Seules les dépenses nécessaires pour remédier au sinistre sont toutefois imputables à l'assureur.

Quant au doublement du taux d'intérêt légal, prévu par l'alinéa 5 de l'article L 242-1 du Code des assurances, la jurisprudence a prévu que le point de départ de ces intérêts était le jour de la défaillance de l'assureur.

La jurisprudence est très stricte avec les assureurs de dommages, et applique avec rigueur les sanctions prévues par l'article L 242-1 du Code des assurances.

Cependant, l'application des sanctions est limitée. Notamment :

1. Les sanctions ne peuvent pas s'appliquer si l'assuré n'a pas juridiquement intérêt à la mise en œuvre des obligations de l'assureur, par exemple parce que le tiers responsable a d'ores et déjà réparé les dommages.
2. La sanction prononcée contre l'assureur de dommages défaillant ne pourra pas excéder le montant des travaux nécessaires à la réparation : seules les sanctions prévues au code sont applicables, et l'allocation de dommages intérêts n'en fait pas partie.

(...)

Les normes dans les PME (A4 nor)

Les normes pour les entreprises quelque soit la taille de l'entreprise sont importantes, dans notre cas **pour les PME**, elles permettent de se garantir des directives réglementaires au niveau national comme au niveau international, par rapport aux produits ou services vendus. Une PME au même titre qu'un grand groupe peut être conforme à une norme, exemple d'être en conformité avec une norme, **être certifié ISO 9001V2000**. La direction de la PME devra prévoir du temps, un budget, et une forte implication des femmes et des hommes de son entreprise, à la clé, une ouverture à de nouveaux marchés, une reconnaissance, une image de marque qui sera renforcée.

Cela demande **plusieurs choses pour la PME**, du temps, car hormis le fait de vouloir suivre une démarche de certification à une norme exemple ISO 9001V2000, il est toujours possible à la PME de devenir un contributeur actif à la vie et à l'évolution de cette norme, comment ?, en participant à certains **groupes de travaux ou commissions auprès de l'association française de normalisation** (AFNOR) qui regroupe un ensemble d'experts, de professionnels, d'enseignants, de chercheurs, d'industriels qui sont tous des utilisateurs de la norme. Lors de ces rencontres, c'est l'occasion à chacun de faire partager son expérience autour de la norme, voir de proposer de nouvelles idées pour son évolution, évolutions qui seront retenues pour les futurs projets de normes. La PME qui décide de s'inscrire dans ce type de démarche doit prévoir un temps non négligeable, en terme de présence, de préparation, car il y a du travail à faire, le retour sur investissement n'est pas toujours immédiat, cela dit, c'est plus en terme de stratégie qu'il faut voir cet investissement, avec une différenciation vis-à-vis de la concurrence. Le coût pour les PME est peu onéreux, voir décret.

Il faut savoir qu'il existe **NORMAPME (Bureau européen de l'artisanat et des petites et moyennes entreprises pour la normalisation)**. L'objectif est d'améliorer la **participation des PME à la normalisation européenne**. Il existe des normes spécifiques pour les PME, exemple la norme spécifique IRFS (normes comptable).

Tout comme les normes, les **référentiels pour la PME** demande un certain investissement, en temps (femmes et hommes) et en budget, former les collaborateurs aux référentiels, adapter l'organisation en relation avec le référentiel.

Il existe certains référentiels qui sont spécifiques aux PME, c'est le cas de **MOF**, qui est un référentiel ITIL de chez Microsoft (bonnes pratiques IT). Qui dit référentiels, dit dans biens des cas, des groupes d'utilisateurs donc d'associations d'utilisateurs, là aussi les associations permettent d'échanger, de faire évoluer les référentiels, il s'agit de sessions, de colloques, de salons, de conférences qui sont organisés entre membre de l'association, on retrouve des PME et aussi des grands groupes tout dépend du référentiel.

Il existe des référentiels spécifiques aux PME, comme le référentiel de **management environnemental pour les PME/TPE**, il s'agit du référentiel X30-205 code 894058. Un autre exemple de référentiel, le

référentiel de gouvernance à destination des PME dont les créateurs sont Mazars et Middlednext en partenariat avec l'IFGE (Institut Français de Gouvernement des Entreprises) de l'EM Lyon. SD développement durable pour les PME (SD 21000)

Les méthodes comme les modèles contribuent fortement à préserver et à améliorer les bonnes pratiques, le savoir faire de l'entreprise, à ce titre les PME utilisent les mêmes méthodes et les mêmes modèles que les grands groupes. Exemple de méthodes BSC, ABC, ... tout dépend de l'orientation qui sera prise par la direction de la PME.

Quelques méthodes spécifiques aux PME, comme le **tableau de bord de la PME avec Excel**, la méthode de conception du système global de pilotage de la performance qui s'appelle **GIMSI**, cette méthode concerne les projets décisionnels de grandes envergures.

Concernant les modèles, on trouvera les modèles comme le modèle prévisionnel comptable, commerçant et celui d'association, tous les autres modèles peuvent s'appliqués dans une PME.

Dans bien des cas, les **dirigeants de PME patrimoniales** vont devoir se rapprocher d'une mini organisation proche de celle qui existe dans les grandes entreprises, en ayant des 'correspondants' internes pour les normes, les référentiels, les méthodes et les modèles, généralement c'est le directeur Qualité ou directeur Méthodes qui prend en charge cette activité quand le poste existe. Cela demande une prise de conscience à la fois en terme de stratégie comme en terme de veille 'NRMM' (Normes, Référentiels, Méthodes, Modèles), dans un marché économique où la réactivité est un élément important, les PME ont les structures adaptées (taille humaines, les gens se connaissent, ce qui favorise fortement l'intégration des NRMM au sein de la PME.

Il sera toujours possible à la direction de la PME de moduler ce qui sera et ce qui devra être mis en place au sein de l'entreprise cela dépend de la politique stratégique de l'entreprise.

C'est vrai que les NRMM s'inscrivent plus sur du moyen voir du long terme que sur du court terme. Pour la direction de la PME se dire d'investir dans une démarche qui demande du temps et un certains efforts immédiat et dans la durée, peut demander réflexion, avant de se lancer, cela ne se fait pas simplement, mais qui en finale donnera à la PME dans biens des cas, une position plus forte, vis-à-vis du marché économique.

Une question de fond est soulevée, vais-je devoir changer ma culture d'entreprise ?

Réponse, oui dans bien des cas, mais attention, il n'est pas question de tout effacer et de repartir de zéro, la culture d'entreprise évoluera comme les NRMM, bien sur elle ne sera pas identique à la culture d'entreprise d'avant (n générations), cela fait partie de la vie des entreprises, le savoir faire, les traditions ancestrales, en terme de réalisation, de fabrication, bien au contraire, elles sont indémodables, mais elles s'appuieront sur une nouvelles organisations, des nouveaux outils, mais les grands principes resteront.
(...)

Depuis la loi n° 78-12 du 4 janvier 1978, les articles L 242-1 et L 242-2 du Code des assurances rendent obligatoire – pour certaines personnes – la souscription d'une assurance de dommages en cas de travaux de construction.

Communément appelée assurance dommages ouvrage (DO), l'assurance de dommages obligatoire est destinée à préfinancer les travaux de réparation des dommages de nature décennale affectant les bâtiments à la suite de travaux, et ce, en dehors de toute recherche de responsabilité. Rappelons rapidement à qui s'applique cette obligation d'assurance et ce qu'elle implique. (...)

Cette assurance bénéficie au souscripteur ou aux propriétaires successifs de l'ouvrage au profit duquel est souscrit le contrat. Pourront donc actionner l'assurance, le propriétaire du bien au jour du sinistre et le vendeur en l'état d'achèvement tant que les travaux ne sont pas réceptionnés.

Pour ce qui est du souscripteur qui n'est pas ou plus propriétaire, il ne peut actionner l'assurance de dommages car celle-ci est bien une assurance de choses assortie d'une obligation de souscription pour compte, pour laquelle seul le propriétaire conserve la qualité d'assuré.

Les sanctions en cas de défaut d'assurance

L'assurance dommages ouvrage est une assurance onéreuse. C'est pourquoi l'absence de souscription n'est pas rare.

En outre, bien que l'article L 243-3 du code des assurances prévoit des sanctions pénales en cas de défaut de souscription, à savoir un emprisonnement de six mois et une amende de 75 000 € ou de l'une de ces deux peines seulement, il prévoit également que cette peine n'est pas applicable à « *la personne physique construisant un logement pour l'occuper elle-même ou le faire occuper par son conjoint, ses ascendants, ses descendants ou ceux de son conjoint* ».

Il est donc fréquent que les personnes physiques se dispensent de souscrire cette assurance par pur souci d'économie. Or, une telle carence leur est préjudiciable. P.35

(...)

Par ailleurs, les dommages immatériels (préjudice d'exploitation, frais de déménagements...) sont exclus du champ de la DO, celle-ci ne couvrant que les travaux de réparation des dommages.

De même, les dommages intermédiaires qui, par définition, ne compromettent ni la solidité de l'ouvrage ni la destination des lieux, ne peuvent être couverts par l'assurance de dommages obligatoire.

Quant aux dommages évolutifs ou aggravés, ils surviennent au-delà du délai de dix ans à compter de la réception des ouvrages. Ils correspondent, en fait, à l'aggravation des désordres survenus pendant la période de garantie décennale.

Or, les dommages susceptibles d'être couverts par le contrat d'assurance de dommages doivent être survenus pendant la période décennale, ce qui exclut, nécessairement, toute prise en charge des dommages évolutifs ou futurs, dont par définition, la survenance est postérieure à ce délai.

Quant aux dommages futurs, pour être pris en charge dans le cadre de l'assurance de dommages, ils doivent être dénoncés pendant la période de garantie décennale et ils doivent également, durant cette période, porter atteinte à la solidité de l'ouvrage ou à sa destination.

Enfin, en vertu de l'article L 243-1-1 du code des assurances, les dommages aux existants ne sont pris en charge par l'assurance de dommages que si – totalement incorporés dans l'ouvrage neuf – ils en deviennent indivisibles.

(...)

La période avant réception, sous réserve d'avoir mis en demeure – de façon infructueuse – le locateur d'ouvrage et d'avoir résilié son marché pour inexécution de ses obligations. Cette mise en demeure peut prendre la forme d'un recommandé avec accusé de réception, d'une sommation, d'un commandement ou d'une citation en justice. Quant à la résiliation, elle peut résulter de l'abandon du chantier par cessation d'activité de l'entrepreneur, de l'assignation en liquidation délivrée au locateur d'ouvrage.

(...)

Quant au versement qui sera fait, si l'assurance couvre les travaux de réparation, il est évident qu'elle couvre aussi le coût de la construction elle-même s'il s'agit du mode réparatoire nécessaire pour remédier aux dommages.

La garantie n'est pas limitée, le plafonnement n'étant possible que pour les bâtiments autres que ceux d'habitation (article L 243-9 du code des assurances – plafonnement à hauteur du coût de construction ou à 150 millions d'euros si le coût de construction est supérieur).

(...)

Attention : devant les juridictions administratives, la déclaration de sinistre n'est pas une condition préalable à toute saisine tendant à faire juger le contentieux opposant une personne morale de droit public et l'assureur de dommages.

En revanche, si l'assuré le souhaite, il peut saisir les tribunaux d'une action à l'encontre des responsables des dommages plutôt que de mettre en œuvre son assurance de dommages.

La déclaration de sinistre

Pour que l'assureur soit valablement saisi et soit contraint d'instruire le dossier, la déclaration de sinistre doit contenir les éléments suivants :

(...)

Les constatations effectuées par l'expert désigné par l'assureur DO sont contradictoires entre l'assuré et l'assureur de dommages. L'assuré peut d'ailleurs se faire assister ou représenter et toutes ses observations doivent être consignées par l'expert contractuel dans ses rapports.

(...)

La jurisprudence est très stricte avec les assureurs de dommages, et applique avec rigueur les sanctions prévues par l'article L 242-1 du Code des assurances.

Cependant, l'application des sanctions est limitée.

(...)

S'il n'existe pas de formalisme spécifique (la subrogation intervient de plein droit au moment du paiement de l'indemnité) et qu'il n'est donc pas nécessaire d'exiger un reçu ou une quittance subrogative, l'assureur doit avoir réglé l'indemnité contractuellement due, et la créance doit correspondre à une action en responsabilité contre un tiers.

(...)

L'assureur de dommages subrogé devra saisir les juridictions qui sont normalement compétentes pour connaître de l'action en responsabilité, qu'il s'agisse des juridictions administratives ou judiciaires en fonction de la nature des travaux et/ou des contrats.

De même, les clauses attributives de compétence opposables à l'assuré s'imposent à l'assureur subrogé.

Enfin, compte tenu du versement qu'il reçoit, l'assuré subrogeant se trouve privé de toute qualité et de tout intérêt à agir contre les responsables, sauf à disposer d'un mandat pour agir au nom et pour le compte de l'assureur subrogé ou à demander l'indemnisation de préjudices non pris en charge par l'assureur DO.

En effet, le transfert de la créance intervient au moment du paiement.

A compter du paiement, l'assureur subrogé est donc le seul à pouvoir valablement interrompre l'action en responsabilité contre les responsables, puisqu'il est devenu, par la subrogation, le seul titulaire des droits litigieux. Toutefois, la Cour de Cassation a considéré comme interruptives de prescription les assignations au fond, et en référé, émanant des assureurs non subrogés à condition que l'assureur ait payé l'indemnité due à son assuré avant que le juge du fond ne statue.

Le recours subrogatoire de l'assureur s'exerce dans la double limite des sommes dues et payées à l'assuré, et des sommes effectivement dues par les tiers responsables.

Etant subrogé dans les droits de son assuré, l'assureur dispose des mêmes droits que son assuré à l'égard des tiers : le fondement de son action est le même que celui qu'aurait pu ou dû utiliser l'assuré ; il bénéficie également d'une action directe contre l'assureur du tiers responsable ; et l'action est limitée par la part de responsabilité du tiers responsable.

(...)

La clause de réajustement est insérée dans le protocole d'accord et concerne la période comprise entre la négociation et l'acquisition définitive. Elle excède rarement 10 % du prix négocié (à la hausse ou à la baisse), sauf naturellement s'il s'avère que les comptes ont été truqués ou que des informations importantes ont été dissimulées.

La clause de garantie de passif porte, quant à elle, sur la phase qui suit l'acquisition définitive, l'idée étant de pouvoir reconstituer, en cas de modification importante (et anormale) de la valeur de certains éléments du bilan, la situation sur laquelle les parties s'étaient mises d'accord.

(...)

Les différences temporelles sont les différences existantes entre deux évaluations qui génèreront des écritures d'impôt différé. On peut relever trois sources de distorsion possibles :

- Entre les valeurs bilantielles comptables et les valeurs bilantielles fiscales (ces valeurs comptables représentent des actifs ou des passifs figurant au bilan consolidé après retraitement et élimination propres au processus de consolidation).
- Entre le résultat comptable et le résultat fiscal.
- Entre le résultat comptable et le résultat IAS.

(...)

Les principales mesures fiscales pour les PME en 2014

(A4 fisc)

PEA-PME

La définition du PEA-PME, conçu par le groupe **Bourse et PME** en 2011, était simple : un nouveau PEA réservé aux PME. Depuis, les choses se sont compliquées : l'idée reprise à droite comme à gauche, et les questions se sont multipliées : comment, concrètement, rendre le plus efficace possible l'instrument? A l'été 2013, PME Finance, le Medef, l'AFG, l'Amafi et Paris Europlace, soutenus par de très nombreuses organisations d'entrepreneurs et de financiers, ont précisé dans un document de travail conjoint les contours du Plan d'Épargne en Actifs de PME (PEA-PME).

Crowdfunding (EEFP)

Nouvelle forme de financement des TPE, des startup et des PME, le crowdfunding nécessite d'un aménagement de la réglementation nationale, mais il bénéficierait surtout d'un statut européen unique: l'Établissement Européen de Financement Participatif (EEFP) (...)

Ce régime s'appliquerait aux gains de cession de parts de fonds (OPCVM tels que FCPR), à condition qu'ils emploient plus de 75% de leurs actifs en parts ou actions de sociétés.

Ces nouveaux taux devraient s'appliquer aux plus-values réalisées à compter du 1er janvier 2013 si bien que les taux de 20%, 30% et 40% ne devraient jamais s'appliquer.

- Un régime de faveur, applicable au 1er janvier 2014, serait créé pour la cession de titres de sociétés de moins de 10 ans. (...)

Si vous vendez des biens à une autre **entreprise** et que ces biens sont expédiés dans un autre pays de l'UE, vous ne devez **pas facturer la TVA si le client dispose d'un numéro de TVA valide**.

(...)

Les formalités douanières pour les navires (A4 form)

(...)

Définition et règles applicables

L'autorisation unique pour les procédures simplifiées offre aux opérateurs économiques la possibilité d'utiliser dans l'État membre où ils sont établis la procédure de domiciliation ou la procédure de déclaration simplifiée pour les formalités douanières liées à leurs opérations d'importation/exportation, quel que soit le lieu où se déroulent ces opérations dans la Communauté. Un transfert des marchandises vers la localisation autorisée est alors possible; par la suite une déclaration périodique complémentaire est alors requise.

Les règles actuellement applicables sont les suivantes :

(...)

Autorisation unique pour les procédures simplifiées: frais de perception. Document abordant la nécessité d'une solution unique dans toute l'UE, présentant les possibilités en matière de partage des frais de perception et proposant une analyse soutenant le rapport 50:50 recommandé par le groupe;

- Document TAXUD/1663/2006, rév.1 - Besoins informatiques des utilisateurs en ce qui concerne la procédure d'autorisation et la base de données des autorisations uniques
- Rapport du groupe de projet au comité du code des douanes.
- Formulaire à utiliser pour demander une autorisation de procédure simplifiée (SASP)

Le règlement mentionné au point (1) régit les règles de demande d'autorisation et d'octroi (Articles 253h à 253m des DAC).

Les demandes doivent être faites par écrit en utilisant le formulaire national (des EM) basé sur le modèle établi à l'annexe 67 des DAC.

Les représentants peuvent recevoir une autorisation pour la déclaration simplifiée ou la procédure de domiciliation dès lors qu'ils satisfont à certaines conditions et correspondent à certains critères.

Ce règlement établit la base juridique du système électronique d'information et de communication devant prendre en charge les processus d'information et de communication entre autorités douanières concernées par les autorisations uniques et assurer l'information de la Commission, des États membres et des opérateurs économiques (jusqu'ici seulement données non confidentielles).

(...)

Un module d'apprentissage électronique à l'intention des fonctionnaires des douanes et des opérateurs économiques fournit des conseils pratiques détaillés sur la façon de mettre en œuvre l'autorisation unique pour procédures simplifiées. Ce module, prêt à télécharger, traite du contexte et des concepts-clés de SP/SASP, de l'application et du processus d'autorisation, ainsi que du fonctionnement et de la gestion de SP/SASP

(...)

La communication de la Commission intitulée «La Ceinture bleue»: un espace unique pour le transport maritime» présente **deux propositions essentielles** qui ont un impact sur les formalités applicables au transport maritime.

1. Allègement de la procédure d'autorisation du service régulier de transport maritime agréé.
2. Mise en place d'une cargaison « manifeste électronique » harmonisée dans toute l'UE tenant compte d'un échange de l'information plus rapide dans les ports et fusionnant certaines des formalités, appliquées individuellement aujourd'hui, par exemple la preuve du statut des marchandises européennes.

La création des actes juridiques appropriés pour établir un environnement « Ceinture bleue » sera soutenue par des technologies modernes de l'information et de la communication.

L'autorité de marché financière (AMF) (A4 amf)

Les principaux objectifs de la Banque publique d'investissement (BPI)

Groupe public de financement et d'investissement, la Banque publique d'investissement a été créée par la loi du 31 décembre 2012.

La BPI sert de plateforme à l'expansion des entreprises, en particulier des très petites entreprises (TPE), petites et moyennes entreprises (PME) et entreprises de taille intermédiaire (ETI), auxquelles elle apporte un soutien financier. La loi définit le cadre juridique pour la création de la BPI et les modalités de sa gouvernance. Accessible grâce à des guichets uniques dans chaque région, elle a notamment pour mission l'aide à l'export et le soutien à l'innovation des TPE /PME/ETI.

(...)

Dans son document « Pour une meilleure régulation » publié en mai 2006, l'AMF affichait déjà cette priorité. Elle précisait alors qu'elle devait concilier l'exigence d'égalité devant la réglementation avec une nécessaire adaptation de sa régulation à ses interlocuteurs. A cet égard, elle mentionnait qu'elle adapterait ses exigences et ses processus au cas des plus petites sociétés, qui demandent parfois davantage d'accompagnement lors de leurs démarches, et peuvent être moins bien armées pour maîtriser le corpus des normes à respecter.

En janvier 2008, l'AMF publiait une position concernant les conclusions du groupe de travail AMF sur les valeurs moyennes et petites :

- Elle définissait alors la notion de valeur moyenne et petite (VaMPs) basée sur la capitalisation boursière avec un seuil fixé à 1Md€ ;
- Elle indiquait avoir mis en place deux guides adaptés aux VaMPs (élaboration des documents de référence ; préparation et rédaction des rapports sur le contrôle interne) ;
- Elle affichait son soutien à un certain nombre de modifications législatives souhaitées par le groupe de travail au niveau français (suppression des obligations de publication au BALO) et au niveau européen (notamment allongement à 3 mois du délai de publication du rapport financier semestriel) ;
- Elle s'était par ailleurs engagée à fluidifier les échanges entre les PME et ses services opérationnels (renforcement de la communication à destination des PME sur son organisation interne et participation de l'AMF à des réunions à Paris et en Province à destination de VaMPs). (...)

L'autorisation (A4 aut bel)

AUTORISATION A DONNER AU CONSEIL D'ADMINISTRATION D'INTERVENIR SUR LES ACTIONS DE LA SOCIETE

Après avoir pris connaissance de la proposition faite par le Conseil d'administration dans son rapport, de faire racheter par la Société des actions propres, conformément aux articles L.225-209 et suivants du Code de commerce, l'assemblée générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les assemblées générales ordinaires, autorise le Conseil d'administration, à procéder à cette opération, pour une période de dix-huit mois à compter de la présente assemblée.

Le rachat par la Société de ses propres actions a pour finalité, par ordre de priorité décroissant :

- Assurer l'animation du cours de bourse de l'action par l'intermédiaire d'un prestataire de services d'investissements dans le cadre d'un contrat de liquidité conforme à la charte de déontologie de l'AFEI reconnue par l'AMF,
- Assurer la couverture de plans d'options d'achat d'actions à des salariés et des mandataires sociaux du Groupe et céder ou attribuer des actions aux salariés et aux mandataires sociaux dans le cadre des dispositions légales,
- Procéder à l'acquisition d'actions en vue de leur remise ultérieure à l'échange ou en paiement dans le cadre d'opérations de croissance externe,
- Assurer la couverture de valeurs mobilières donnant droit à l'attribution d'actions de la Société,
- Annuler les actions rachetées sous réserve de l'adoption de la quinzième résolution.

L'acquisition, la cession ou le transfert par la Société de ces actions peut être effectué par tous moyens, en une ou plusieurs fois, sur le marché ou de gré à gré, y compris par acquisition de blocs d'actions, selon les modalités suivantes :

- prix maximum d'achat : 30 euros ;
- nombre maximum d'actions achetées : 10 % du nombre total des actions composant le capital social.

Ces opérations pourront être effectuées à tout moment, dans le respect de la réglementation en vigueur à la date des opérations considérées, à l'exclusion des périodes d'offre publique sur le capital de la Société.

La présente autorisation annule et remplace celle précédemment accordée par l'assemblée générale des actionnaires du 24 mai 2011.

Les normes ISO (A4 iso)

En effet, la distinction des points critiques pour la maîtrise et les programmes pré-requis opérationnels en est le sujet de discussion par excellence. Cependant, la dimension du management demeure sous-estimée, malgré l'importance considérable que la norme lui a donnée. Cette importance est plus accentuée dans les grandes entreprises dans lesquelles l'architecture organisationnelle est plus ramifiée. Ces entreprises présentent des directions et départements très nombreux ce qui engendre une dilution des activités ayant un impact sur la sécurité sanitaire des aliments. Le management dans ce cas-ci trouve toute son importance dans la coordination d'activités que ce soit au niveau vertical ou horizontal afin d'atteindre un objectif ultime qu'est celui de la fourniture de produits sûrs.

La dimension managériale

C'est à ce titre que la mise en oeuvre de la norme ISO 22000:2005, Systèmes de management de la sécurité des denrées alimentaires - Exigences pour tout organisme appartenant à la chaîne alimentaire, doit prendre au sérieux la dimension de management, pas simplement au niveau de la direction qualité, mais à l'échelle de toute l'entreprise. Les entreprises de la grande distribution constituent en effet un parfait exemple de la complexité de la maîtrise de la sécurité sanitaire des aliments et par extension la mise en oeuvre de la norme ISO 22000.

Les incoterms (A5 inc)

Incoterms et formalités douanières

L'Incoterm traduit la répartition des rôles entre fournisseur et acheteur, ce qui n'est pas sans incidence sur la mise en oeuvre de l'amendement sûreté du code des douanes communautaire au travers d'ICS et ECS. Dans le cadre de la communication de ces données sûreté-sécurité, les Incoterms proposent une réponse utile à la question cruciale du "qui fait quoi".

De plus, les Incoterms sont aussi, indirectement, des outils d'optimisation des règles de la valeur en douane, contribuant au soutien de la performance économique des opérateurs du commerce international.

(...)

Les Incoterms du transport par mer et par voies navigables intérieures

FAS ou Free Alongside Ship (Franco le long du navire)

Le vendeur règle les frais de transport jusqu'au port d'embarquement et effectue les formalités d'exportation, acquitte les frais, droits et taxes liés à ces formalités. La marchandise est livrée le long du navire dans le port d'embarquement: cette livraison marque le transfert de risques et de frais. L'acheteur supporte les coûts de chargement, le transport maritime, les coûts de déchargement et de transport du port de destination jusqu'à ses lieux d'activité.

(...)

Les Incoterms utilisables pour tous les types de transports

- EXW ou Ex-Works (A l'usine)

La marchandise est disponible dans les locaux du vendeur à une date fixée. L'acheteur organise et paie le transport. Il en supporte aussi les risques jusqu'à la destination finale des marchandises. Les formalités et frais d'exportation et d'importation, ainsi que les droits et taxes liés à ces deux opérations sont également à la charge de l'acheteur. (...)

Annexe 5 (A5) : Les procédures

Les procédures de contrôle interne et de gestion des risques (A5 axa)

Conformément à l'article L.225-37 du Code de commerce, il incombe au Président du Conseil d'Administration de rendre compte des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par la Société.

(...)

En vue de préparer le présent rapport, le Président du Conseil d'Administration a pu s'entretenir, à sa convenance, avec les dirigeants de la Société et prendre connaissance des informations fournies au Conseil d'Administration concernant l'environnement de contrôle interne du Groupe. Ce rapport a été examiné par le Comité d'Audit avant d'être revu et approuvé par le Conseil d'Administration lors de sa séance du 7 mars 2012.

(...)

Afin d'assurer la gestion de ces risques, le Groupe a mis en place un système de contrôle interne global conçu pour permettre aux dirigeants d'être tenus informés, en temps utile et de façon régulière, des risques significatifs. Ce système doit également permettre aux dirigeants de disposer des informations et outils nécessaires à la bonne analyse et à la gestion de ces risques, de s'assurer de l'exactitude et la pertinence des états financiers du Groupe ainsi que des informations communiquées au marché.

Ces mécanismes et procédures sont principalement composés :

- (i) des structures de gouvernance au niveau du Groupe, conçues pour permettre une supervision et une gestion appropriées des activités d'AXA ainsi que pour assurer une claire répartition des rôles et des responsabilités au plus haut niveau hiérarchique ;
- (ii) des structures de gestion et des mécanismes de contrôle conçus pour permettre aux dirigeants du Groupe d'appréhender distinctement les principaux risques auxquels le Groupe est exposé, et de disposer des outils nécessaires à leur analyse ;
- (iii) du contrôle interne sur les *reportings* à caractère financier (« ICOFR ») conçu pour assurer l'exactitude, l'exhaustivité et la production en temps utile des états financiers du Groupe ainsi que des autres informations financières communiquées au marché ;
- (iv) des contrôles et procédures de communication développés à l'effet de permettre aux dirigeants de disposer des informations nécessaires pour décider des communications, en toute connaissance de cause et en temps utile, et de s'assurer que la communication d'informations significatives (à caractère financier ou non) soit exacte, exhaustive et effectuée en temps opportun.

L'ensemble de ces mécanismes et procédures constitue, selon les dirigeants, un environnement de contrôle complet et adapté aux activités du Groupe.

Structures de gouvernance au niveau du Groupe

LA DIRECTION GÉNÉRALE

La Direction Générale du Groupe veille à la mise en œuvre du système de contrôle interne du Groupe, ainsi qu'à l'existence et à la pertinence des dispositifs de suivi du contrôle interne et de gestion des risques dans le Groupe.

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Depuis le 29 avril 2010, la structure de gouvernance duale d'AXA SA composée d'un Conseil de Surveillance et d'un Directoire a été remplacée par une organisation à Conseil d'Administration.

Cette structure unitaire a pour objet d'accroître l'efficacité et la réactivité de la gouvernance du Groupe tout en assurant un bon équilibre des pouvoirs. Pour une description détaillée des structures de gouvernance d'AXA, et en particulier de la composition et des missions du Conseil d'Administration, ainsi que de la structure et de la composition des Comités du Conseil d'Administration, vous pouvez consulter la section 2.1 « Mandataires sociaux, dirigeants et salariés » du présent Rapport Annuel.

(...)

Les équipes d'audit locales sont placées sous la responsabilité d'un Directeur de l'Audit, tout en rendant compte régulièrement au Président du comité d'audit local et également à leur structure managériale locale. Ces équipes d'audit locales se concentrent principalement sur l'identification des risques principaux auxquels sont confrontées leurs entités, ainsi que sur l'évaluation de la conception et du fonctionnement des contrôles.

(...)

AXA est doté d'un Comité Exécutif interne actuellement composé de dix-huit membres, regroupant entre autres les membres du Comité de Direction et les responsables des principales filiales, unités opérationnelles ou fonctions transversales d'AXA. Si le Comité Exécutif est un comité de gestion interne sans pouvoir décisionnel, il joue néanmoins un rôle majeur en assistant la Direction Générale dans la gestion des activités opérationnelles du Groupe, l'étude d'initiatives stratégiques ou tout autre sujet que la Direction Générale juge utile. Le Comité Exécutif se réunit en général quatre fois par an.

À la fin des trois premiers trimestres de l'année, le Comité de Direction pilote ces QBRs au cours desquelles la performance du Groupe est passée en revue. Ces QBRs ont été mises en place en 2000 afin d'assurer un cadre transparent et cohérent à : (1) l'examen de la performance des entités opérationnelles et l'état d'avancement des grands projets au moyen d'indicateurs de mesure chiffrés définis avec les membres du Comité de Direction ; (2) la mesure de la progression des projets transversaux du Groupe ; (3) l'échange d'idées et d'informations sur les grandes orientations stratégiques du Groupe.

Ces QBRs constituent un mécanisme important de contrôle de la gestion permettant de surveiller de façon régulière la performance du Groupe et de ses principales unités opérationnelles, ainsi que d'identifier en temps utile les nouveaux risques significatifs et les autres sujets d'importance.

(...)

En tant qu'équipe centrale, GRM coordonne la fonction Risk Management au sein du Groupe, laquelle est relayée par des équipes de Risk Management locales dans chaque entité opérationnelle. La typologie des risques couverts inclut les risques provenant des actifs investis, de nos passifs d'assurance, de non-adéquation actif/passif, ainsi que les risques opérationnels.

(...)

L'ICOFR d'AXA comprend des politiques et procédures :

1. concernant la tenue des registres qui reflètent de façon exacte, honnête et raisonnablement détaillée les transactions et l'utilisation des actifs du Groupe ;

2. permettant d'assurer de façon raisonnable que les transactions sont enregistrées pour permettre la production des états financiers conformément aux principes comptables généralement appliqués ;
3. permettant d'assurer de façon raisonnable que les encaissements et décaissements sont effectués avec l'autorisation des dirigeants et directeurs du Groupe ; et
4. permettant d'assurer de façon raisonnable que les acquisitions, les utilisations et les cessions non autorisées des actifs du Groupe, qui pourraient avoir un impact significatif sur les états financiers du Groupe, seraient empêchées ou détectées en temps utile.

(...)

Contrôles et procédures de communication

AXA SA a mis en place un processus interne de revue et de certification. Ce processus formalisé requiert de chaque membre du Comité Exécutif, des Directeurs Financiers et de certains cadres dirigeants qu'ils certifient divers éléments présentés dans le Rapport Annuel de la Société.

(...)

Le Groupe AXA considère avoir mis en place un système de contrôle interne approprié et bien adapté à ses activités comme à l'échelle globale de ses opérations.

Néanmoins, indépendamment de la qualité de sa conception, tout système de contrôle interne présente des limites qui lui sont inhérentes, et par conséquent ne peut fournir une garantie à toute épreuve. Ainsi, les systèmes considérés comme efficaces par les dirigeants ne peuvent pas prémunir contre, ni détecter, toutes les erreurs humaines, tous les dysfonctionnements des systèmes, toutes les fraudes ou toutes les informations erronées, mais permettent uniquement d'en fournir une appréciation raisonnable. De plus, les contrôles considérés comme efficaces sont susceptibles de se révéler inadaptés dans des hypothèses de changements des circonstances, de détérioration du niveau de conformité avec la procédure ou en raison d'autres facteurs.

Les procédures de contrôle interne – *Le Béliet* (A5 pro be)

Objectifs des procédures de contrôle interne et de gestion des risques et démarche engagée

Procédures de contrôle interne

Les objectifs des procédures de contrôle interne d'une société tête de Groupe telle que LE BELIER, visent à optimiser le contrôle de celle-ci sur les filiales qu'elle détient et à garantir la fiabilité des comptes consolidés. En substance, il s'agit des processus mis en œuvre par les dirigeants du Groupe destinés à leur donner une assurance raisonnable qu'un contrôle est exercé sur les filiales et participations.

(...)

L'un des objectifs du système de contrôle interne est de prévenir et maîtriser les risques résultant et l'activité de l'entreprise et les risques d'erreurs ou de fraudes, en particulier dans les domaines comptable et financier.

Comme tout système de contrôle, il ne peut cependant fournir une garantie absolue que ces risques sont totalement éliminés.

Procédures de gestion des risques

Le Groupe, conscient de la nécessité d'avoir un contrôle interne efficace tant au sein de la holding (...)

Le dispositif actuellement mis en place dans le cadre de cette démarche s'appuie en particulier sur les points principaux suivants :

- organisation générale du groupe (décentralisation géographique des opérations quotidiennes / centralisation de fonctions clé) ;
- centralisation des directions fonctionnelles : Ressources Humaines, Achats, Système Information, Méthodes Industrielles, Finances, Qualité, Commercial.
- intégrité et éthique ;
- politique de délégation des responsabilités ;
- organisation de la séparation des fonctions.

L'avertissement – Lafarge (A5 av lafr)

Avertissement important - déclarations prospectives :

Ce document contient des déclarations prospectives. Ces déclarations prospectives constituent soit des tendances, soit des objectifs, et ne sauraient être regardées comme des prévisions de résultat ou de tout autre indicateur de performance. Elles portent notamment sur des plans, initiatives, événements, produits, solutions et services, leur développement et potentiel. Bien que Lafarge estime que ces déclarations prospectives reposent sur des hypothèses raisonnables à la date de publication du présent document, les investisseurs sont alertés sur le fait qu'elles ne constituent pas des garanties quant à la performance future. Les résultats effectifs peuvent être très différents des déclarations prospectives en raison d'un certain nombre de risques et d'incertitudes, dont la plupart sont difficilement prévisibles et généralement en dehors du contrôle de Lafarge, et notamment les risques décrits dans le Document de Référence de Lafarge disponible sur son site Internet (www.lafarge.com) et les incertitudes liées aux conditions de marché et à la mise en œuvre de nos plans. En conséquence, toute précaution doit être prise dans l'utilisation de ces déclarations prospectives. Lafarge ne prend aucun engagement quant à la mise à jour de ces déclarations prospectives. Des informations plus complètes sur Lafarge peuvent être obtenues sur son site Internet (www.lafarge.com), notamment à la page « Information réglementée ».

Ce document ne constitue pas une offre de vente ou la sollicitation d'une offre d'achat de titres Lafarge.

Les autorisations (A5 aut)

Autorisation unique

Par "autorisation unique" on entend une autorisation impliquant différentes administrations douanières (c'est-à-dire les autorités douanières de différents États membres) qui couvre le placement sous le régime et/ou son apurement, le stockage, les opérations de perfectionnement, les opérations de transformation ou les utilisations successives.

Une autorisation unique peut être accordée pour un régime douanier économique (entrepôt douanier, perfectionnement actif, transformation sous douane, admission temporaire, perfectionnement passif) ou

pour une destination particulière (articles 496-501 et 291-292 des dispositions d'application du code des douanes communautaire - DAC).

Par exemple, lorsqu'une société a l'intention d'effectuer des opérations d'ouvroison ou de transformation dans le cadre du régime du perfectionnement actif en Espagne, en France et en Italie, ces opérations peuvent être couvertes par une autorisation unique.

Formulaire de demande d'autorisation unique

Une demande d'autorisation unique, à l'exception de l'admission temporaire, doit être établie par écrit à l'aide du formulaire national (de l'État membre) conforme au modèle figurant à l'annexe 67 des dispositions d'application du code.

La demande d'autorisation de l'utilisation de l'admission temporaire peut être établie normalement à l'aide d'une déclaration en douane, y compris au moyen d'un carnet ATA ou CPD.

Lieu de la demande

Dans le cas de l'admission temporaire, la demande doit être présentée aux autorités douanières désignées pour le lieu de la première utilisation. Les carnets ATA/CPD sont présentés au bureau d'entrée dans le territoire douanier de la Communauté.

Dans les autres cas, elle doit être présentée aux autorités douanières désignées pour le lieu

- où la comptabilité principale du demandeur permettant des contrôles par audit est tenue et
- où au moins une partie des opérations de stockage, de perfectionnement, de transformation ou d'exportation temporaire à couvrir par l'autorisation est effectuée.

S'il n'est pas possible de déterminer les autorités douanières compétentes sur la base des dispositions qui précèdent, la demande doit être présentée aux autorités douanières désignées pour le lieu où la comptabilité principale du demandeur permettant des contrôles par audit est tenue.

La comptabilité principale pourrait être constituée par les comptes considérés comme essentiels du point de vue douanier et permettant aux autorités douanières de superviser et contrôler la procédure.

(...)

Les déclarations (A5 dec)

Déclarations préalables à l'arrivée/à la sortie

Dans sa communication au Conseil et au Parlement européen modifiant le code des douanes communautaire (COM(2003) 452 du 24/07/2003), la Commission européenne proposait un certain nombre de mesures visant à assurer la sûreté et la sécurité des marchandises qui franchissent les frontières internationales, et notamment à satisfaire les exigences liées à l'initiative américaine sur la sécurité des conteneurs (container security initiative - CSI), tout en respectant les projets d'informatisation de la douane, envisagés pour l'avenir (voir aussi le communiqué de presse IP/05/209).

(...)

La Commission s'est engagée, dans une déclaration au Parlement Européen, au moment de l'adoption du règlement, à ce que les opérateurs du secteur concerné soient étroitement associés à la procédure décisionnelle dans le cadre de la comitologie. Lors de l'examen de points particuliers, des fédérations d'opérateurs ont été et seront invités, en raison de leur expertise dans les sujets concernés, à présenter leur point de vue directement devant le comité du code des douanes.

En ce qui concerne les marchandises entrant dans le territoire douanier de la Communauté par voie maritime, la déclaration préalable à l'arrivée devrait être déposée 24 heures avant présentation en douane des marchandises, à condition que la durée du voyage soit supérieure à ce délai. Dans la plupart des autres cas, le délai sera probablement de 2 heures en cas de notification par voie électronique et de 4 heures en cas de notification par écrit, avant que les marchandises n'entrent sur le territoire douanier de l'UE ou ne le quittent.

Pour les marchandises qui sortent de la Communauté dans le cadre d'un régime douanier, la déclaration en douane, comprenant les données requises concernant la sécurité, servira d'avis anticipé de départ, de façon à ne pas entraîner de charge supplémentaire pour les exportateurs communautaires.

La convention RPI (A5 con)

Entre
xxxx
et
yyyy

Il est convenu ce qui suit :

L'artiste s'engage à respecter la réglementation relative au régime des petites indemnités, notamment l'article 2 de la loi du 25 avril 2007 modifiant le Code des impôts sur les revenus 1992 en ce qui concerne les indemnités octroyées à des artistes et l'article 17 sexies de l'Arrêté royal du 28 novembre 1969 pris en exécution de la loi du 27 juin 1969 révisant l'arrêté -loi du 28 décembre 1944 concernant la sécurité sociale des travailleurs.

L'indemnité relative à la prestation artistique décrite ci-avant est fixée à xxx euros. Cette indemnité comprend tous les frais y compris les frais de déplacement.

L'artiste ne reçoit aucun autre remboursement de frais, avantage de quelque nature que ce soit ou salaire pour cette prestation artistique.

Le maximum de l'indemnité journalière s'entend par donneur d'ordre.

L'artiste peut prêter maximum sept jours consécutifs pour un même donneur d'ordre.

L'artiste déclare sur l'honneur ne pas avoir bénéficié de ce régime plus de trente jours sur l'année.

Il n'est pas permis de cumuler le régime des petites indemnités avec celui des bénévoles au cours d'une même journée ou pour d'autres prestations et/ou œuvres artistiques au cours de l'année civile et ce, même pour des donneurs d'ordre différents.

L'artiste déclare sur l'honneur ne pas avoir bénéficié, au cours de cette année, de ce régime des indemnités réduites pour un montant supérieur à 2.291,99 (deux mille deux cent nonante et un euros et nonante neuf centimes) euros, en ce compris l'indemnité reprise ici et s'engage à ne pas bénéficier dudit régime pour un montant supérieur à 2.291,99 (deux mille deux cent nonante et un euros et nonante neuf centimes) euros, en ce compris l'indemnité reprise ici.

En cas de fausses déclarations de la part de l'artiste, l'association se réserve le droit d'engager des poursuites judiciaires.

Les journées pour lesquelles une indemnité est perçue doivent être mentionnées sur la carte contrôle du chômage sans pour autant entrer en ligne de compte pour l'évaluation du droit au chômage.

Les indemnités perçues dans le cadre du RPI ne sont soumises à aucune charge sociale ou fiscale.

L'attestation – Saint-Gobain (A5 at)



ATTESTATION PREVUE A L'ARTICLE L. 225-115-5° DU CODE DE COMMERCE

Le montant global des sommes ouvrant droit aux réductions d'impôts visées à l'article 238 bis 1° et 4° du Code général des impôts au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2011 s'élève à :

2 071 752 euros

Le 21 mars 2012
Le Président Directeur Général

Pierre-André de CHALENDAR

ATTESTATION DES COMMISSAIRES AUX COMPTES (Norme C.N.C.C. n° 5-110)

Sur la base de notre audit des comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2011, nous certifions que le montant global des sommes ouvrant droit aux réductions d'impôts visées à l'article 238 bis 1° et 4° du Code général des impôts déterminé par la société, figurant sur le présent document et s'élevant à **2 071 752 euros**, concorde avec les sommes inscrites, à ce titre, en comptabilité.

Le 21 mars 2012
Les Commissaires

aux comptes

PricewaterhouseCoopers Audit

K.P.M.G.
Département de K.P.M.G. S.A.

Pierre COLL

Jean-Christophe GEORGHIOU

Jean-Paul VELLUTINI

Philippe GRANDCLERC

Annexe 6 (A6) : La correspondance

Avec fournisseur 1 (A6 f1)

J'espère que vous allez bien.

Cela fait maintenant longtemps que nous n'avons pas eu l'occasion d'échanger, mais comme j'ai pu le constater sur votre site internet : XXX continue d'évoluer.

Je ne sais pas si vous êtes au courant des deux dossiers de non-conformité qui nous occupent actuellement :

- Des portes cartes que vous avez réalisés dans la matière à pois et non violet comme ce qui avait été commandé. D. propose de nous faire 50% sur la marchandise avec un remboursement en 8 fois ! Je veux bien vous dépanner en les gardant, mais autant être honnête nous n'en avons pas besoin. Cela induit une immobilisation de stock et financière, donc soit vous nous faites 50% immédiatement et on fait une offre promotionnelle pour s'en débarrasser rapidement, soit je vous laisse venir les récupérer. En revanche, nous sommes en rupture sur le violet, j'ai besoin d'avoir au plus vite la marchandise. Redites-moi rapidement sous combien de temps nous pouvons la recevoir sur Sofia. Nous sommes déjà en rupture, il faut donc au plus vite fabriquer et nous l'envoyer par avion.
- Pour les conditionnements des sacs PE. Nous avons des conditionnements qui sont prévus et sur lesquels nous nous basons pour réaliser les ventes. XXX m'a indiqué que vous n'aviez pas suivi les conditionnements, ce qui nous oblige à reconditionner les produits, entre le coût de mains d'œuvre et les cartons, cela se chiffre à près de 2000€

J'espère que nous allons rapidement trouver une solution sur ces deux dossiers,

Dans l'attente de votre retour,

Sincères salutations,
XXX

Avec fournisseur 2 (A6 f2)

Vous comprenez XXXX que cela nous met dans une situation très délicate du fait que nous multiplions les litiges avec nos clients, et pour le moment nous ne voulons plus distribuer ces produits car c'est mauvais pour notre image...

Nous avons confiance en vous et c'est pour cela que nous travaillons ensemble depuis aussi longtemps. Nous savons que vous êtes une personne de confiance et que nous allons réussir à trouver ensemble une solution. Si vous le souhaitez vous pouvez faire réaliser un enlèvement ou venir sur XXX, nous avons des produits qui ont été refusé par les clients...

Avec collègues (A6 c)

De : E.A.

Envoyé : mardi 9 juin 2015 09:48

À : J. M.

Cc : J. K.

Objet : RE:

Bonjour,

Comme nous n'avons pas de sac pareil (échantillon), ni de schéma, ce montage a été fait sur une photo d'internet, en changeant de la couleur de toute la photo en orange.

Je n'ai pas prévu de mettre de retour orange, ni de couleur orange à l'intérieur.

Voulez-vous mettre le retour en orange ?

Merci & Bonne journée

E.

J.,

Tu trouveras en pièce jointe la PI validée + le précis pour les références TRxxxx et TRxxxxx

Comme ça, il ne peut pas y avoir d'avoir sur le produit, la forme et les dimensions.

J'ai corrigé les dimensions dans la PI car elles étaient restées telles que sur la précédente PI.

Merci beaucoup

E.

J.,

Pour le UNxxxxx, le client est ok pour décaler le délai à la S50.

Par contre, il faut absolument que nous recevions le nouveau proto corrigé le 24/08/2015.

Tu peux insister auprès du frs ?

Merci

E.

Bonjour,

On a un petit souci avec l'un des stylos que Tercel doit nous produire: c'est le modèle 10226. Le frs nous a envoyé un échantillon identique à celui qu'on veut, mais après il s'est avéré qu'il ne dispose que de modèles similaires mais pas identiques à celui-ci. Il a dû se tromper en nous envoyant un échantillon composé des parties de stylos différents.

Le frs nous demande de proposer au client l'un des 2 modèles de la photo ci-jointe.

Je reste en attente de votre retour.

Merci.

Bonjour,

Pour H. : on négocie car ce n'est pas cohérent d'avoir 15% d'augmentation + voir avec T. s'ils peuvent nous proposer les mêmes produits.

Pour Y. D. : je vous laisse revoir pour que nous obtenions au + vite un retour.

Merci

J.

J.

Envoyez la marchandise sur P.

Tatyana pourriez vous contrôler que P. a bien la cde de RC ?

Merci

Jennifer

From: J. M. [xxxxxx@xxxxxx.fr]

Sent: Tuesday, July 14, 2015 4:01 PM

To: J. B.

Subject: RE: cont.

Ok, merci

Et tjs ok pour l'aérien?

J.

De : E. F.

Envoyé : mercredi 1 juillet 2015 16:18

À : 'J. B.'

Objet : RE: cont. 1035,

J,

Le client vient de valider un nouveau BAT, celui en pièce jointe.

Peux-tu récupérer les nouveaux fichiers print auprès de la PAO et les renvoyer au frs pour qu'il refasse un proto ?

Pour le moule, nous le prendrons à notre charge s'il doit être refait.

Tu me redis quand nous pouvons recevoir le nouvel échantillon ?

Merci

E.

From: E. F. [ailto:xxxx@xxxx.fr]

Sent: Friday, June 12, 2015 10:51 AM

To: J. B.

Subject: RE: Ctrl échantillons Max....

Bonjour J,

Nous avons eu le retour du client, il ne valide pas l'échantillon car il souhaite faire les modifications suivantes :

Il a mis une note pour des modifications à apporter

Les modifications se situent dans le soufflet :

Enlever la virgule entre le numéro de rue

Peux-tu voir avec le frs si il faut refaire le moule (ce qui parait logique) et combien coûterai le nouveau moule ?

Merci

E.

Bonjour J,
Je veux bien remettre les anciennes dimensions, mais nous avons acté avec R. que ces informations étaient correctes.
Nous avons déjà échangé sur un décalage entre nos informations et celles du fournisseur.
Je te mets en PJ les échanges de mail de l'époque.
Cela m'embête de corriger les dimensions à chaque fois que nous passons commande car cela prête à confusion alors que le produit ne change pas.

Merci,
E.

From: E. R. [<mailto:xxx@xxxx.fr>]
Sent: Thursday, March 19, 2015 9:25 AM
To: J. B.
Subject: RE:

Bonjour J.,
Nous avons eu énormément de décalages sur ces trouses.
Nous avons donc décidé de caler les dimensions sur les dernières trouses reçues, à savoir 195x160mm.
Je viens de vérifier et la trousse que j'ai fait bien ces mesures.
Merci,
E.

From: E. F. [<mailto:xxxxxx@xxxxxx.fr>]
Sent: Monday, December 23, 2013 5:09 PM
To: xxxxxxxx@gmail.com
Cc: C. G.; J. M.
Subject: URGENT : Fichier pour sac cal.
Importance: High

Bonjour J,

Je suis désolée de vous déranger pendant votre congé mais je ne pas m'adresser qu'à vous.

Pouvez-vous envoyer à C. les fichiers que vous aviez transmis à Lxxxx pour les commandes de sacs cal ?
Il s'agit de la commande ACxxxx (conteneur xxx).
Si possible, nous avons besoin des fichiers en Adobe Illustrator.
Merci beaucoup & Bonnes fêtes de fin d'année
E.

De : E. A.
Envoyé : mardi 9 juin 2015 09:48
À : J. M.
Cc : J. K.
Objet : RE: SACxxxxxx

Bonjour J.,
Comme nous n'avons pas de sac pareil (échantillon), ni de schéma, ce montage a été fait sur une photo d'internet, en changeant de la couleur de toute la photo en orange.
Je n'ai pas prévu de mettre de retour orange, ni de couleur orange à l'intérieur.

Voulez-vous mettre le retour en orange ?

Merci & Bonne journée

E.

From: J. M. [<mailto:xxxx@xxxx.fr>]

Sent: Friday, July 03, 2015 4:29 PM

To: J. B.

Subject: Nouveaux appros

Bonjour,

Vous trouverez ci-dessous les nouveaux appros.

Il faut que nous les ayons passés avant le 13-07.

Si vous pensez que cela risque d'être juste et que de ce fait il serait souhaitable que je vous supprime quelques lignes.

Redites-moi vite,

Merci

J.

Annexe 7 (A7) : Les offres

L'offre de stage (A7 ofrs)

Appui à la stratégie internationale des entreprises françaises

6 mois à partir du 26 août 2013

MISSIONS

Sous la supervision des chargés de mission, vous :

- ⇒ contribuez à la préparation, au déroulement et au suivi des rencontres de haut niveau entre les représentants des gouvernements étrangers et les entreprises françaises à Paris (aide à la préparation des dossiers, soutien logistique, compte-rendu, rédaction de discours et de notes de synthèse, revues de presse...)
- ⇒ contribuez à la préparation, au déroulement et au suivi des délégations de chefs d'entreprise français
- ⇒ assurez un suivi des relations avec le secteur privé (entreprises) et le secteur public (ambassades, services économiques, ministères, ...)
- ⇒ participez à des conférences extérieures sur les pays émergents

PROFIL

Master 1 ou 2 (finances et stratégie, relations internationales, économie)

Bonne connaissance de l'environnement politique et économique international

Intérêt pour la stratégie de développement international des entreprises

Esprit entrepreneurial, réactivité, créativité et polyvalence

Aisance relationnelle

Esprit de synthèse et qualités rédactionnelles

Maîtrise écrite et orale de l'anglais impérative + autre langue souhaitée

MODALITES POUR POSTULER

Envoyer lettre de motivation et CV par mail à Mme Géraldine Lemblé-Pavlov - glemble@medef.fr

L'offre de travail (A7 ofrt)

Chargé(e) de Missions Ressources Humaines

Ref n° Alt-RH

Date : 01/08/2012

Branche : Granulats & Béton

U.O. : BU Granulats Sud

Lieu : Aix en Provence, France

DESCRIPTION DU POSTE

Au sein de l'équipe Ressources Humaines, vous intervenez sur les différentes missions suivantes :

- Recrutement :

Vous assurez le recrutement, l'intégration et le suivi des contrats en alternance (apprentissage et professionnalisation), et vous participez au recrutement de profils non-cadres. Vous serez en charge de l'organisation d'une journée d'intégration.

- Compétences :

Vous contribuez au développement des compétences au travers du traitement des entretiens annuels non-cadres et de l'outil informatique Pilotis. Par ailleurs, vous aidez à la réalisation des Revues RH pour la population non-cadres.

- Procédures et Système de Management et de la Qualité :

Vous participez au déploiement des outils du processus RH dans le cadre de notre SMQE (Système de Management de la Qualité).

Vous apportez un support à l'équipe RH sur de nombreuses problématiques RH (contrats de travail, procédures, suivi des mobilités ...). Vous intervenez également sur les différents projets RH Groupe.

PROFIL DU POSTE

Formation :

Master I ou Master II Ressources Humaines

Autres :

Bases en Ressources Humaines.

Votre autonomie, votre rigueur, votre sens relationnel et votre curiosité intellectuelle seront des atouts pour mener à bien votre mission.

Bonne maîtrise de la micro-informatique (Pack office)

Stage et alternance

L'offre du produit – l'Oréal (A7 ofrp)

Découvrez nos tutoriels beauté, nos diagnostics et conseils maquillage, soin de la peau, cheveux...

Un espace fait pour vous. Trouvez les réponses adaptées à vos besoins, « parce que vous le valez bien » !

L'Oréal Paris lance le 1er Mascara qui offre le plus puissant des regards. Vos cils sont Super gainés, Super étirés, Super cambrés. Pour un résultat démesuré jamais atteint avec un mascara classique.

Découvrez la synergie parfaite entre la brosse "corset" et la base ultra-gainante qui épaisse et enrobe chaque cil pour construire un volume à couper le souffle.

(...)

L'idée de recherche d'emploi (A7 ofr)

Trouver un boulot à Berlin sans parler allemand

(...)

1. Pour un petit boulot, baby-sitter ou professeur particulier, le site des petites annonces de la Gazette de Berlin dispose d'offres intéressantes pour arrondir les fins de mois.

Et autres idées de recherche d'emploi pour francophones

Beaucoup de **grandes entreprises internationales** sont installées en Allemagne et plus particulièrement à Berlin: Alstom, Eurovia, Gaz de France, Peugeot, Sodexo, Storck, Ebay, les Galeries Lafayette, Coca Cola et Universal Music à titre d'exemple. Si ces entreprises recrutent sur des postes non-germanophones et intéressants, il y a beaucoup d'appelés, mais peu d'élus. Mon conseil: postulez mais gardez un plan B dans votre poche arrière.

Essayez les call centers berlinois. Si travailler dans un call center est loin d'être la définition du job rêvé, ceux de Berlin payent relativement bien. Et ne sont pas très regardant quand aux qualifications de votre CV: parler la langue Française, savoir l'écrire correctement et être courtois envers les clients sont souvent les seuls attributs qui vous seront nécessaires.

L'appel d'offres LAN (A7 ap1)

**REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTERE DE LA POSTE ET DES TECHNOLOGIES
DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION**

**DIRECTION DE L'ADMINISTRATION GENERALE
Numéro Identification Fiscale : 40802100000041**

APPEL D'OFFRES NATIONAL RESTREINT

N°02 /2015

Le Ministère de la Poste et des technologies de l'information et de la communication lance un avis d'Appel d'Offres National restreint pour :

- « Extension et mise à niveau du réseau local (LAN) du MPTIC » Ce projet est constitué de trois (03) lots :
- Lot 1 : Réfection et extension des éléments passifs du LAN.
 - Lot 2 : Mise à niveau des éléments d'énergie du LAN.
 - Lot 3 : Mise à niveau des éléments actifs du LAN.

Le soumissionnaire peut soumissionner pour un ou plusieurs lots.

Conditions d'éligibilité des candidats :

Le présent appel d'offres National Restreint est adressé aux sociétés spécialisées dans les domaines du matériel informatique, du logiciel et des services informatiques, des installations réseaux et électriques, qui sont reconnues aptes à exécuter pleinement les obligations fixées par le cahier des charges, et qui :

-ont déjà réalisé, au minimum, un (01) projet similaire.

-s'engagent à garantir les équipements et les installations objet du présent appel d'offres conformément à ce qui suit :

-Pour le lot 1, un (01) an minimum.

-Pour le lot 2, un (01) an minimum pour les onduleurs monophasés et trois (03) ans minimum pour l'onduleur triphasé.

-Pour le lot 3, trois (3) ans minimum pour tous les switches et un an (01) minimum pour les injecteurs PoE

-assurent la formation d'au moins 02 techniciens pour le lot 02 et 02 ingénieurs pour le lot 03.

-assurent le service après-vente pendant une durée de 03 ans.

-disposent de personnel certifié sur les solutions et produits proposés.

-s'engagent à garantir que le matériel proposé dans le cadre du présent appel d'offres n'est pas annoncé en fin de vie ou fin de support par le constructeur.

Les fournisseurs intéressés ou leurs représentants dûment mandatés, peuvent se présenter à l'adresse ci-après :

**Ministère de la Poste et des Technologies de l'information et de la Communication 04, Bd KRIM
Belkacem Alger, Algérie.
Direction de l'Administration Générale Sous Direction des Marchés
3em étage (bureau n°322)**

Le cahier des charges sera retiré, contre le paiement de la somme de **deux mille** Dinars Algérien (**2 000 DA**) non remboursable, représentant les frais de reprographie.

PRESENTATION DE L'OFFRE

Les soumissionnaires doivent présenter leurs offres comme suit :

1/ OFFRE TECHNIQUE :

L'offre technique doit comprendre les pièces suivantes:

- La déclaration à souscrire, dûment renseignée, signée, datée et portant le cachet du soumissionnaire.
- La déclaration de probité signée, dûment renseignée, datée et portant le cachet du soumissionnaire.

Ainsi que toutes les pièces administratives exigées par la réglementation en vigueur conformément à l'article 14 du cahier des charges.

L'offre technique doit être insérée dans une enveloppe fermée et cachetée comportant la mention suivante :

«OFFRE TECHNIQUE »

2/ OFFRE FINANCIÈRE

L'offre financière doit comprendre les pièces suivantes:

- La lettre de soumission, dûment renseignée, signée, datée et portant le cachet du soumissionnaire.
- Le bordereau des prix unitaires, signé, daté et portant le cachet du soumissionnaire.
- Le devis quantitatif et estimatif signé, daté et portant le cachet du soumissionnaire.

L'offre financière doit être insérée dans une enveloppe fermée et cachetée comportant la mention suivante:

«OFFRE FINANCIERE »

Les offres techniques et financières seront fermées et cachetées séparément dans deux enveloppes internes et intégrées dans l'enveloppe extérieure qui sera envoyée à l'adresse indiquée ci-dessus.

L'enveloppe extérieure doit être anonyme et porter les mentions suivantes :

Appel d'Offres National Restreint N°02/2015

« Extension et mise à niveau du réseau local (LAN) du Ministère de la poste et des Technologies de l'Information et de la Communication »

(A NE PAS OUVRIR)

Les offres doivent être déposées à l'adresse indiquée ci-dessus avant la date de dépôt des offres fixée à **trente (30)** jours à compter de la date de la première parution de l'avis d'appel d'offres dans le BOMOP ou les quotidiens nationaux **au plus tard 12h00**.

Si cette date coïncide avec un jour férié ou un jour de repos hebdomadaire légal (Vendredi ou Samedi) la durée de préparation des offres sera prorogée jusqu'au jour ouvrable suivant.

Les soumissionnaires sont conviés à assister à l'ouverture des plis qui aura lieu le jour correspondant à la date de dépôt des offres à **14h00** à l'adresse précitée.

Les soumissionnaires resteront engagés par leurs offres pendant une période égale à la durée de préparation des offres, augmentée de trois **(03)** mois à compter de la date de dépôt des offres.

L'appel d'offres ANP (A7 ap2)

ROYAUME DU MAROC
AGENCE NATIONALE DES PORTS
DIRECTION REGIONALE ATLANTIQUE CENTRE
AVIS D'APPEL D'OFFRES OUVERT
AO N° 21/ DRPJL /2015
SEANCE PUBLIQUE

Le 31 AOUT 2015 à 10 H00, Il sera procédé, dans les bureaux de la Direction Régionale Atlantique Centre-Port de Jorf Lasfar au km 22 route de Oualidia Jorf Lasfar -EL Jadida - à l'ouverture des plis de l'appel d'offres relatif à l'appel d'offres sur offres de prix, pour

Fourniture de compteurs d'eau et débitmètres électromagnétiques autonomes pour le compte de l'ANP au port de Jorf Lasfar.

Le dossier d'appel d'offres peut être retiré à **ANP- Direction Régionale Atlantique Centre (Port de Jorf Lasfar)** auprès de la Division Support- bureau des marchés- au km 22 route de Oualidia- EL Jadida-.

Il peut également être téléchargé à partir du portail marocain des marchés publics www.marchespublics.gov.ma, dans les conditions prévues à l'article 19 du règlement du 09 Mai 2014 fixant les conditions et les formes de passation des marchés de l'ANP ainsi que certaines règles relatives à leur gestion et à leur contrôle.

Le cautionnement provisoire est fixé à la somme de **4 000.00DH (QUATRE MILLE DIRHAMS)**.

L'estimation du coût des prestations établie par le maître d'ouvrage est de :

326 400,00DH TTC (TROIS CENT VINGT SIX MILLE QUATRE CENT DIRHAMS TOUTES TAXES COMPRISES).

Le contenu ainsi que la présentation des dossiers des concurrents doivent être conformes aux dispositions des articles 27, 29 et 31 du règlement fixant les conditions et les formes de passation des marchés de l'ANP.

Les concurrents peuvent :

-soit déposer contre récépissé leurs plis dans le bureau de la **Direction Régionale Atlantique Centre - Port de Jorf Lasfar au km 22 route de Oualidia Jorf Lasfar -EL Jadida.**

-soit les envoyer par courrier recommandé avec accusé de réception au bureau précité ;

-soit les remettre au président de la commission d'appel d'offres au début de la séance et avant l'ouverture des plis.

Il est prévu une visite des lieux et une réunion d'information qui auront lieu le 05 Août 2015 à 10 h 00 à la Direction de l'ANP au port de Jorf Lasfar.

LES PIECES JUSTIFICATIVES A FOURNIR SONT CELLES PREVUES PAR L'ARTICLE 10 ET 11 DU REGLEMENT DE LA CONSULTATION.

1- LE DOSSIER ADMINISTRATIF EXIGE LES PIECES CONFORMEMENT À L'ARTICLE 10-A.I DU REGLEMENT DE CONSULTATION.

2- LE DOSSIER TECHNIQUE EXIGE CONFORMEMENT À L'ARTICLE 10-B DU REGLEMENT DE CONSULTATION :

Pour les sociétés étrangères :

1. Une note indiquant les moyens humains et techniques du concurrent et mentionnant éventuellement, le lieu, la date la nature et l'importance des prestations à l'exécution desquelles le concurrent a participé et la qualité de sa participation.
2. Les attestations ou leurs copies certifiées conformes à l'originale délivrées par les maîtres d'ouvrages publics ou privés ou par les hommes de l'art sous la direction desquels lesdites prestations le concurrent à exécuté lesdites prestations. Chaque attestation précise notamment la nature des prestations, leur montant, et l'année de réalisation ainsi que le nom et la qualité du signataire et son appréciation.

Pour les sociétés marocaines :

1. Une copie légalisée du certificat de qualification et de classification justifiant les qualifications et classifications suivantes du Ministère de l'Equipement et des transports :

Qualification et classification exigées :

Secteur d'activité : 9 ; Qualification : 9-7 ou 9-8; Classe : 4 (ancien système). Secteur d'activité : I ; Qualification : I-4 ou I-6; Classe : 5 (nouveau système).

3-L'OFFRE TECHNIQUE COMPREND LES PIECES PREVUES PAR L'ARTICLE 11 DU REGLEMENT DE LA CONSULTATION.

4- L'OFFRE FINANCIERE COMPRENANT LES PIECES MENTIONNEES DANS L'ARTICLE 13 DU REGLEMENT DE CONSULTATION.

Pour tout renseignement complémentaire, s'adresser à l'ANP- Direction Régionale Atlantique Centre (Port de Jorf Lasfar) auprès de la Division Support- Bureau des Marchés -au km 22 route de Oualidia - EL Jadida - Tél. 05 23 38 91 50 – 06 60 11 76 99 – 06 60 11 76 01 Fax 05 23 34 54 31.

La présentation – *Lohr* (A7 prop lohr)

IAA 2012

20 au 27 septembre 2012 - Hall 25 - Stand B63

Groupe LOHR

Après 50 ans de développement continu, le groupe LOHR c'est aujourd'hui :

1. 2000 collaborateurs à travers le monde,
2. un pôle de développement de plus 120 ingénieurs et techniciens,
3. 8 sites de production sur 3 continents différents.
(...)
4. **Et toutes les solutions techniques à vos besoins logistiques de transport des véhicules :** caravanes, camping car, épaves, transports confidentiels, distribution urbaine (solos 3, 4 ou 5 voitures),...

Vous pourrez découvrir nos solutions au Salon IAA, à HANNOVRE du 20 au 27 septembre 2012. Nous serons à votre disposition sur notre stand intérieur Hall 25, stand B63.

Annexe 8 (A8) : Les formulaires

Communauté européenne

1 Déclarant/Trusaire de l'autorisation (nom et adresse)

Admission Temporaire
Inventaire/Document à déposer à l'appui de la déclaration en douane verbale
(Articles 229 paragraphe 1, 467 paragraphe 3, 2ème alinéa, 469 troisième alinéa du règlement (CEE) n°2454/93)

2 Marchandises destinées à être placées sous l'admission temporaire

Designation commerciale et/ou technique	Quantité	Valeur (et monnaie)
a)		
b)		
c)		
d)		
e)		

3 Lieux d'utilisation et type d'utilisation des marchandises

4 Durée de séjour des marchandises (jours ou mois)

5 Information complémentaire

Date: _____ Nom: _____ Signature: _____

RESERVE A L'USAGE DE L'ADMINISTRATION

Observations du bureau de placement

Décl. d'appurement: _____ Date de l'acceptation: _____ Article correspondant des DAC: _____

Moyens d'identification: _____

Bureau(x) d'appurement: _____ Garantie: _____

Autres observations: _____

Date: _____ Nom: _____ Signature: _____ Cachet/Adresse: _____

Observations du bureau d'appurement

Les marchandises ont été réexpédiées le: _____

Autres observations: _____

Date: _____ Nom: _____ Signature: _____ Cachet: _____

Notes: Les cases identifiées par un numéro en lettres grasses doivent être complétées par le déclarant. Après l'appurement du régime de l'admission temporaire, par exemple par la réexportation, le déclarant/trusaire de l'autorisation renvoie l'exemplaire n° 1 du formulaire au bureau de placement, de façon à obtenir la somme de la garantie.

Communauté européenne

2 Déclarant/Trusaire de l'autorisation (nom et adresse)

Admission Temporaire
Inventaire/Document à déposer à l'appui de la déclaration en douane verbale
(Articles 229 paragraphe 1, 467 paragraphe 3, 2ème alinéa, 469 troisième alinéa du règlement (CEE) n°2454/93)

2 Marchandises destinées à être placées sous l'admission temporaire

Designation commerciale et/ou technique	Quantité	Valeur (et monnaie)
a)		
b)		
c)		
d)		
e)		

3 Lieux d'utilisation et type d'utilisation des marchandises

4 Durée de séjour des marchandises (jours ou mois)

5 Information complémentaire

Date: _____ Nom: _____ Signature: _____

RESERVE A L'USAGE DE L'ADMINISTRATION

Observations du bureau de placement

Décl. d'appurement: _____ Date de l'acceptation: _____ Article correspondant des DAC: _____

Moyens d'identification: _____

Bureau(x) d'appurement: _____ Garantie: _____

Autres observations: _____

Date: _____ Nom: _____ Signature: _____ Cachet/Adresse: _____

Observations du bureau d'appurement

Les marchandises ont été réexpédiées le: _____

Autres observations: _____

Date: _____ Nom: _____ Signature: _____ Cachet: _____

Notes: Les cases identifiées par un numéro en lettres grasses doivent être complétées par le déclarant. Après l'appurement du régime de l'admission temporaire, par exemple par la réexportation, le déclarant/trusaire de l'autorisation renvoie l'exemplaire n° 1 du formulaire au bureau de placement, de façon à obtenir la somme de la garantie.

 **FORMULAIRE DE RECLAMATION DU CONSOMMATEUR**

Le cas échéant, cachet de l'entité qui propose l'initiative du présent formulaire aux consommateurs.

Le présent formulaire a été rédigé par les services de la Commission européenne et ne doit pas être modifié par ses utilisateurs. L'utilisation du formulaire vise à améliorer la communication entre les consommateurs et les professionnels pour atteindre, dans la mesure du possible, une solution à l'amiable aux problèmes qu'ils peuvent rencontrer dans le cadre des différentes transactions. Ce formulaire est disponible dans toutes les langues de l'Union européenne (<http://europa.eu/info/commerce>). Il n'est en aucun cas ce formulaire ne doit être envoyé à la Commission européenne. Celle-ci n'a pas de compétence pour intervenir dans ce type de litiges!

COORDONNEES DES PARTIES

Réclamation présentée par:

Nom: _____ Adresse, rue, N°: _____ Ville, code postal: _____ Pays: _____ N° Tél: _____ N° Fax: _____ E-mail: _____ Au nom de: _____

A l'égard de:

Nom: _____ Adresse, rue, N°: _____ Ville, code postal: _____ Pays: _____ N° Tél: _____ N° Fax: _____ E-mail: _____ Autres données: _____

* A compléter seulement dans le cas où la réclamation du consommateur serait présentée par un tiers et non par lui-même. Dans ce cas, il est souhaitable que le consommateur appose la signature en dessous de son nom.

INSTRUCTIONS A SUIVRE

- Afin de bien cerner le problème et la demande, ce formulaire propose un choix de réponses multiples à chaque question. Il faut choisir les réponses les plus adaptées (une ou plusieurs) et compléter, le cas échéant, cette information dans les espaces libres prévus à cet effet.
- Il est recommandé d'accompagner ce formulaire de la copie de pièces justificatives pertinentes et de l'envoyer, en gardant une copie, par lettre recommandée avec accusé de réception ou tout autre moyen permettant d'établir la preuve de l'envoi et de la réception.
- Le réclamant doit laisser un délai approprié au professionnel (au moins 15 jours) pour répondre. La réponse du professionnel doit être communiquée au réclamant par le renvoi du formulaire entier. Ensuite, le consommateur doit lui renvoyer le coupon de réponse (page 4).

AVERTISSEMENT : La plupart des législations nationales prévoient un délai au-delà duquel les personnes ne peuvent plus revendiquer leurs droits via une procédure judiciaire. Ce délai de prescription est parfois relativement court, notamment dans le cas d'achat de biens. C'est la législation applicable au litige qui détermine si l'utilisation de ce formulaire interrompt ou non ce délai.

RECLAMATION DU CONSOMMATEUR

I. PROBLEMES RENCONTRES

Date à laquelle vous avez rencontré le(s) problème(s) (Jour/Mois/Année): ____ / ____ / ____

Précisez si le problème est apparu ou non pour la première fois: Oui Non

Problème relatif à:

1 <input type="checkbox"/> Non livraison du produit	15 <input type="checkbox"/> Information insuffisante
2 <input type="checkbox"/> Non exécution/exécution partielle du service	16 <input type="checkbox"/> Modalités de paiement
3 <input type="checkbox"/> Retard dans la livraison du produit	17 <input type="checkbox"/> Prix
4 <input type="checkbox"/> Retard dans la prestation du service	18 <input type="checkbox"/> Augmentation du prix
5 <input type="checkbox"/> Durée du retard :	19 <input type="checkbox"/> Frais supplémentaires
6 <input type="checkbox"/> Défaut du produit	20 <input type="checkbox"/> Frais de facturation non justifiés
7 <input type="checkbox"/> Défaut dans la prestation du service	21 <input type="checkbox"/> Conditions contractuelles
8 <input type="checkbox"/> Décrivez le défaut :	22 <input type="checkbox"/> Couverture du contrat
9 <input type="checkbox"/> Produit non-conforme à la commande	23 <input type="checkbox"/> Evaluation des dégâts
10 <input type="checkbox"/> Produits/services non commandés	24 <input type="checkbox"/> Refus de verser dédommagement
11 <input type="checkbox"/> Dommages subis	25 <input type="checkbox"/> Désengagement insuffisant
12 <input type="checkbox"/> Refus d'expliquer la garantie	26 <input type="checkbox"/> Modification du contrat
13 <input type="checkbox"/> Refus de vente	27 <input type="checkbox"/> Mauvaise exécution du contrat
14 <input type="checkbox"/> Refus de prêter un service	28 <input type="checkbox"/> Annulation/résiliation du contrat
15 <input type="checkbox"/> Pratiques commerciales/méthodes de vente	29 <input type="checkbox"/> Annulation d'une prestation
16 <input type="checkbox"/> Mauvaise information	30 <input type="checkbox"/> Remboursement d'un prêt
17 <input type="checkbox"/> Précisions complémentaires	31 <input type="checkbox"/> Intérêts déraisonnables
18 <input type="checkbox"/> Précisions complémentaires	32 <input type="checkbox"/> Non-respect d'un engagement

34 Autre type de problème: _____

II. CIRCONSTANCES DES FAITS

(Précisez la date et le lieu d'achat ou de signature du contrat, décrivez le produit ou le service en cause ainsi que le prix, les modalités de paiement ou tout autre élément utile pour l'appréciation de votre réclamation): _____

III. DEMANDE DU CONSOMMATEUR

Obtenir:

35 <input type="checkbox"/> Livraison du produit ou prestation du service	45 <input type="checkbox"/> Correction de l'évaluation des dégâts
36 <input type="checkbox"/> Réparation du produit ou de service	46 <input type="checkbox"/> Versement du dédommagement pour un montant de: _____
37 <input type="checkbox"/> Echange du produit	47 <input type="checkbox"/> Remboursement de l'acompte d'un montant de: _____
38 <input type="checkbox"/> Annulation de la vente	48 <input type="checkbox"/> Remboursement d'autres paiements effectués pour un montant de: _____
39 <input type="checkbox"/> Exécution de la garantie	49 <input type="checkbox"/> Remise de prix d'un montant de: _____
40 <input type="checkbox"/> Exécution des engagements	50 <input type="checkbox"/> Facilité de paiement
41 <input type="checkbox"/> Conclusion d'un contrat	
42 <input type="checkbox"/> Annulation/résiliation du contrat	
43 <input type="checkbox"/> Annulation d'une facture	
44 <input type="checkbox"/> Prestation d'informations	
45 <input type="checkbox"/> Précisions complémentaires	

52 Autre type de demande: _____

IV. EXPLICATIONS SUPPLEMENTAIRES (facultatif)

3

Form area with 10 horizontal lines for additional explanations.

V. FONDEMENT JURIDIQUE (facultatif)

Form area with 10 horizontal lines for legal basis.

VI. Pièces justificatives (si possible, veuillez joindre à ce formulaire une COPIE des pièces justificatives en votre possession, ex. facture, contrat, reçu, etc.)

Liste des pièces jointes:

1.	
2.	
3.	
4.	

A défaut d'un règlement à l'amiable ou dans l'absence de réponse dans un délai de [] jours à partir de l'envoi de la présente réclamation, je me réserve le droit de saisir toute instance compétente.

Fait à [] , le [] SIGNATURE: []

REPONSE DE L'ENTREPRISE / PROFESSIONNEL

4

Référence (à donner par le professionnel) : []

53 J'accepte entièrement votre réclamation et je m'engage à :

54 J'accepte en partie votre réclamation et je vous propose de :

[]

dans un délai de []

55 Je ne reconnais pas le bien fondé de votre réclamation mais j'accepte de faire un geste commercial et je m'engage à :

[]

dans un délai de []

56 Je n'accepte pas votre réclamation. Justification :

[]

57 Je vous propose de soumettre le litige à un organe indiqué ci-dessous, compétent pour la résolution extrajudiciaire de ce type de litiges de consommation:

[]

Fait à [] , le [] SIGNATURE: []

À ENVOYER PAR LE CONSOMMATEUR AU PROFESSIONNEL

Réf. donnée par le professionnel : []

Réclamation présentée par : [] A l'égard de : []

Au nom de : []

58 Je suis satisfait(e) et j'accepte votre proposition de règlement du litige.

59 Je n'accepte pas votre proposition car :

[]

60 Suite à votre proposition je vous informe que je soumettrai le litige à l'organe que vous avez proposé.

Fait à [] , le [] SIGNATURE: []

Annexe 9 (A9) : Les lettres

La lettre de demande (A9 de)

Objet :
N/commande n. 534

Thiais, Le 3 mars 2000.

Messieurs,
Nous vous prions de bien vouloir nous expédier les articles dont vous trouverez le détail ci-dessous :

10 rames de papier pour photocopieur	Réf 1979	8,84€	H.T. l'une,
3 boîtes d'étiquettes, 6 x 35,7 mm,	Réf 1334	25.91€	H.T. l'une,
4 lots de 40 disquettes 3'25	Réf DD 135	29.72€	H.T. l'une.

Vous voudrez bien nous assurer la livraison de ces articles sous quinzaine.

Nous vous serions reconnaissants de bien vouloir nous faire bénéficier de vos meilleures conditions de paiement, et attendons vos propositions à ce sujet.

Nous vous prions de recevoir, Messieurs, nos salutations distinguées.

Le Chef du Sce Achats
G. DURAND

Source : Bas, L., Droit-Hesnard, C., 2005, *La correspondance commerciale française*, Paris : Nathan

La lettre de vente (A9 ve)

Cher Monsieur DUPOND,

En parcourant la semaine dernière, la liste de nos abonnées de Paris, nous avons toutes les raisons d'être satisfaits et même, il faut le dire assez fiers.

En effet, en procédant à une analyse, arrondissement par arrondissement, et rue par rue, nous avons constaté que LE POINT compte les principaux responsables parmi ses lecteurs.

Le pointage systématique des noms, abonné par abonné, pour le Xe arrondissement, nous a cependant réservé une surprise et une déception à la lettre « D » : nous avons cherché en vain votre nom, Monsieur DUPONT.

Je suis certain que vous vous intéressez à l'actualité française et internationale, aux problèmes économiques, aux mouvements sociaux, aux changements de notre société, à la vie culturelle, ... LE POINT également.

Tous les journaux ont la même préoccupation, me direz-vous. Alors comment expliquer le succès du POINT ? Il découle de la formule même de notre hebdomadaire : les quotidiens, radios et télévisions vous bombardent d'images, de sons, de chocs. Pour vous chaque semaine, LE POINT classe et explique.

Dans le succès du POINT, il y a aussi la manière : LE POINT se distingue par son absence de parti pris et son refus d'alignement politique. LE POINT n'a de compte à rendre à personne. Il a été créé pour des hommes actifs qui ont, comme de temps pour distinguer l'objectif du subjectif, le vrai du faux, le spontané de l'inspiré.

Je pense que vous n'êtes pas de ceux qui se laissent convaincre par une simple lettre (même personnelle). C'est pourquoi je ne vous propose pas de prendre d'emblée un abonnement.

En revanche, je suppose que vous n'êtes pas homme, Monsieur Dupont, à refuser de faire un simple et court essai

La rentrée, avec sa perspective d'événements importants, est un bon moment pour tester notre journal. Ne le croyez-vous pas ?

Avec mes sentiments les meilleurs.

Jean DELAGNE

Source : Bas, L., Droit-Hesnard, C., 2005, *La correspondance commerciale française*, Paris : Nathan

La lettre de motivation (A9 mo)

Monsieur le directeur,

Diplômé en Gestion et Administration d'entreprise à l'Institut de la Francophonie pour l'administration et gestion (IFAG), diplôme master, délivré par l'Université de Nantes, je suis particulièrement intéressé par le poste proposé au sein de votre entreprise.

Je vous sollicite car je sais que dans une société ayant une renommée telle que votre, je pourrais acquérir des compétences et des pratiques au contact de professionnels reconnus. J'ai travaillé autant que gestionnaire chez XXX. Actuellement j'occupe le poste du responsable du management de la qualité chez XXX.

En effet, ayant l'esprit ouvert, j'ai déjà exercé plusieurs activités professionnelles. J'aime travailler, communiquer, échanger des idées, parler, écouter et voyager. L'idée d'avoir à prendre des responsabilités ne me fait pas peur, pas plus que celle de devoir m'exprimer devant un public.

Dans l'attente de votre réponse et en espérant une suite favorable à ma demande, je vous prie d'agréer, Monsieur, l'expression de mes salutations distinguées.

Les lettres professionnelles (A9 pro)

Monsieur,

Votre annonce récente dans la revue ... m'a vivement intéressé.

Sensible à la réputation de vos produits, puis-je vous demander de m'envoyer le dernier catalogue de votre société ?

Je vous remercie à l'avance de votre obligeance.

Veuillez agréer, Monsieur, mes salutations distinguées.

Monsieur,

J'ai chargé votre entreprise, le 29 septembre dernier, d'effectuer l'opération ...

Or, je suis surpris que vous n'ayez pas commencé les travaux prévus.
En conséquence, je vous prie de bien vouloir restituer mon acompte de 150 Euros, en application des clauses du contrat.
Auriez-vous l'obligeance de m'adresser une régularisation rapide ?
En vous remerciant à l'avance, je vous prie d agréer, Monsieur, l'expression de mes sentiments distingués.

Monsieur,
J'ai bien reçu votre courrier m'informant que le paiement de votre facture n'était pas effectué.
Très sensible à cette situation, je vous prie de bien vouloir m'en excuser.
J'ai, en effet, dû affronter un problème familial inattendu.
Je vous précise que je vous enverrai, très rapidement, un chèque de 150 Euros en règlement de votre facture.
Je vous remercie à l'avance de votre aimable compréhension.
Veuillez croire, Monsieur, à mes sentiments cordiaux.

Monsieur,
Nous avons bien reçu votre commande d articles abc et nous vous en remercions.
Après consultation de notre atelier de fabrication, nous avons le plaisir de vous informer que votre demande est enregistrée dès ce jour.
Il est entendu que vous serez livré le mercredi 3 décembre prochain à 10H.
En vous remerciant de votre confiance, nous vous prions d agréer, Monsieur, l'expression de nos sentiments distingués.

Monsieur,
Nous vous avons récemment fait parvenir la facture relative à votre commande d'articles du 14 octobre dernier.
Or, sauf erreur ou versement récent, il apparaît que ce paiement n'a pas été effectué à ce jour.
En conséquence, nous sommes contraints de vous demander de régulariser cette situation le plus tôt possible.
Nous sommes toutefois persuadés qu'il s'agit d'une simple omission de votre part.
Si vous venez d'effectuer ce règlement, veuillez ne pas tenir compte de cette lettre devenue sans objet.
Veuillez agréer, Monsieur, l'expression de nos sentiments distingués.
Source : <http://www.maildesigner.com/lettre-type.htm>

Annexe 10 (A10) : Les autres documents de communication

Le communiqué de presse – *Société Générale* (A10 com sg)

Paris, le 1^{er} août 2012

(...)

Les résultats des Réseaux France confirment leur solidité dans une économie française en croissance très faible. Les Réseaux Internationaux subissent les conséquences de la crise économique en Roumanie et le Groupe a été conduit à déprécier l'écart d'acquisition de Rosbank, compte tenu de la montée en puissance plus lente que prévu du dispositif russe. Les métiers de Services Financiers Spécialisés et Assurances affichent des résultats satisfaisants, soutenus par la bonne tenue de leurs marges et la qualité de leurs fonds de commerce. La Banque de Financement et d'Investissement et les métiers de Banque Privée, Gestion d'Actifs et Services aux Investisseurs ont évolué dans des marchés financiers peu actifs et globalement baissiers. La prise en compte de la situation du marché de la gestion d'actifs dans le contexte économique actuel a amené le Groupe à déprécier de l'écart d'acquisition de la filiale TCW.

Dans ce contexte, la Banque a poursuivi sa stratégie de transformation, notamment par la mise en œuvre de son programme de réduction des frais de gestion. Ceux-ci s'inscrivent en baisse de -6,0% au deuxième trimestre 2012 par rapport au T2-11, et de -3,5% en comparaison semestrielle par rapport au S1-11. Dans la Banque de Financement et d'Investissement, la baisse atteint -13,6% par rapport au deuxième trimestre 2011 (et -15,0%* à périmètre et change constants), et -10,2% en comparaison semestrielle sur un an. Parallèlement, l'accent reste mis sur la stricte gestion des ressources rares, la réduction du bilan et l'amélioration des ratios prudentiels. Les encours pondérés du Groupe sont en baisse de -7 milliards d'euros au cours du premier semestre en raison des cessions de crédits de SG CIB, de la réduction de l'exposition au risque de marché dans une conjoncture instable, et de la mise sous contrainte de ressources des métiers, ce qui permet au Groupe d'atteindre à la fin du deuxième trimestre un ratio Core Tier 1 Bâle 2.5 de 9,9%, en progression de +51 points de base en un trimestre et de +85 points de base au premier semestre 2012.

Commentant les résultats du Groupe sur le trimestre, Frédéric Oudéa – Président-Directeur général – a déclaré : « En dépit d'un contexte difficile, le Groupe Société Générale progresse, trimestre après trimestre, dans sa stratégie de transformation, en ligne avec ses objectifs. Avec un résultat sous-jacent de près de 2,0 milliards d'euros, le premier semestre illustre la résistance de nos métiers et les résultats tangibles de notre adaptation. Dans un environnement économique et réglementaire incertain, fidèle à ses engagements, le Groupe est resté mobilisé au service de ses clients et du financement de l'économie. Grâce à la qualité de nos portefeuilles et à une gestion prudente, le coût du risque reste également bien maîtrisé. Les progrès en matière de contrôle des coûts et de réduction du bilan, en particulier dans la Banque de Financement et d'Investissement, sont notables et vont se poursuivre. Grâce à cette action déterminée, nous avons, en un an, significativement conforté notre solidité financière avec un ratio de capital Core Tier 1 Bâle 2.5 qui atteint 9,9% à fin juin 2012 et une structure de financement plus favorable. Fort de ces résultats, et en dépit d'un environnement qui restera incertain et difficile dans les prochains trimestres, le Groupe est confiant dans sa capacité à générer du capital afin d'atteindre son objectif de ratio Core Tier 1 Bâle 3 compris entre 9 et 9,5% à fin 2013. »

(...)

Produit net bancaire

Le produit net bancaire total du Groupe s'établit à 6,3 milliards d'euros au T2-12, en léger retrait par rapport au T2-11 (-3,6%), et à 12,6 milliards d'euros pour le premier semestre 2012.

Hors éléments non-économiques ou non-récurrents et actifs gérés en extinction, les revenus sous-jacents s'inscrivent à 6 019 millions d'euros, en baisse de -6,6% par rapport au T2-11. En comparaison semestrielle, les revenus sous-jacents atteignent 12 826 millions d'euros, en retrait de -4,2% par rapport au premier semestre 2011. Cette évolution provient pour l'essentiel de la baisse des revenus de la Banque de Financement et d'Investissement, qui traduit un environnement de marché peu actif et adverse au risque et les conséquences des opérations de réduction du bilan engagées depuis plusieurs trimestres

- Les Réseaux France enregistrent au T2-12 des revenus de 2 037 millions d'euros, stables par rapport au T2-11 (+0,3% hors PEL/CEL). Sur le semestre, les revenus des Réseaux France atteignent 4 083 millions d'euros (+0,3% hors PEL/CEL par rapport au S1-11), soutenus par une activité commerciale solide ;
- Le produit net bancaire des Réseaux Internationaux est en léger retrait (-1,4%*) par rapport au T2-11, à 1 239 millions d'euros. Les revenus progressent de +1,1%* en données semestrielles sur un an. Ils sont en forte hausse dans le Bassin méditerranéen et en Afrique, et compensent la stabilité de la Russie et la baisse constatée en Roumanie en raison d'un environnement économique dégradé ;

Les activités pérennes de la Banque de Financement et d'Investissement voient leurs revenus se contracter de -28,0%* au T2-12 par rapport au T2-11, à 1 335 millions d'euros, notamment sous l'effet des coûts de cession de crédits, qui pèsent sur les revenus de l'activité de Financement et Conseil, et d'un trimestre peu porteur sur les marchés. Retraité de la décote nette sur les crédits cédés (-159 millions d'euros), le produit net bancaire des activités pérennes baisse de -16,6% par rapport au T2-11.

Les revenus du pôle Services Financiers Spécialisés et Assurances s'élèvent à 877 millions d'euros au T2-12 (+1,5%* par rapport au T2-11), soutenus par la progression de l'activité Assurances (+9,8%* à 170 millions d'euros au T2-12), tandis que l'activité de Services Financiers Spécialisés est globalement stable (-0,3%* à 707 millions d'euros) reflétant notamment une politique d'octroi sélective de crédit et le maintien des marges à la production. Sur le semestre, les revenus du pôle sont stables (-0,8%*), à 1 726 millions d'euros, tirés par la progression des revenus des activités d'Assurance (+11,1%*), la baisse des revenus des activités de Services Financiers Spécialisés restant limitée à -3,2%*.

Au cours du premier semestre, les revenus de la Banque de Financement et d'Investissement intègrent des coûts de cession de crédits pour -385 millions d'euros. Le produit net bancaire du semestre, à 3 259 millions d'euros, est en baisse de -20,2%*. Retraité de des coûts

(...)

Frais de gestion

Les frais de gestion s'élèvent à -3 986 millions au T2-12, en baisse de -6,8%* par rapport au T2-11, conséquence du strict pilotage des coûts mis en œuvre depuis plusieurs trimestres. Ces efforts se poursuivent dans l'ensemble des pôles. Dans la Banque de Financement et d'Investissement, le plan de sauvegarde de l'emploi ouvert au début du trimestre a été clôturé avec une suppression de 880 postes de travail. Il est à noter que le plein effet de ces mesures ne sera sensible qu'à partir des prochains mois. Les efforts de réduction des frais de gestion se poursuivent par ailleurs dans l'ensemble des pôles.

Au S1-12, la tendance est confirmée, avec des frais de gestion à -8 319 millions d'euros, soit -3,7%* par rapport au S1-11.

(...)

Ces évolutions soulignent les actions menées afin de renforcer les ressources stables du Groupe par une politique active de collecte de dépôts clientèle, (en hausse de près de 4% tant par rapport à la fin 2011

qu'en référence au premier semestre de l'année écoulée, à 349 milliards d'euros, tirée par l'augmentation de +10,1% des dépôts à vue au cours du premier semestre 2012), ainsi que le succès de la stratégie d'allongement des sources de refinancement.

Les émissions de dette à moyen et long terme ont permis au Groupe de remplir les objectifs de son programme de refinancement de l'année, compris entre 10 et 15 milliards d'euros pour 2012. Au 23 juillet 2012, le Groupe a levé 14,2 milliards d'euros de dette depuis le début de l'année. La maturité moyenne des dettes émises depuis le 1er janvier 2012 atteint 6,7 ans(3), pour un coût moyen d'environ 168 points de base au dessus du taux Euribor 6 mois. Le Groupe a l'intention de continuer à émettre en 2012, selon les opportunités de marché. Les actifs liquides disponibles s'élèvent désormais à 99% des dettes à court terme du Groupe ; ce ratio était de 69% au 30 juin 2011.

(...)

Bien que le contexte macroéconomique en France se soit dégradé au deuxième trimestre, les Réseaux France présentent une activité commerciale robuste.

L'environnement de crise, couplé aux incertitudes sur les évolutions de la fiscalité, a continué d'alimenter la décollecte du marché de l'assurance-vie au deuxième trimestre 2012. Dans un marché en décollecte de -4,7 milliards d'euros sur le semestre, le Groupe affiche toujours une collecte nette positive de 134 millions d'euros sur cette même période.

Dans un contexte de concurrence vive sur la collecte des dépôts, les encours bilanciaux progressent de +3,4% par rapport au T2-11 à 140,9 milliards d'euros. Cette performance est tirée par la collecte sur dépôts à terme et certificats de dépôt : ceux-ci bénéficient du succès de l'offre « CAT Tréso + » et progressent de +16,3% par rapport au T2-11. L'épargne réglementée est également en forte hausse, portée d'une part par les encours de livret A (+30,6% par rapport au T2-11) et d'autre part par le succès de l'offre « CSL + » (encours CSL en progression de +6,3% par rapport au T2-11).

Les Réseaux France continuent de soutenir activement l'économie en accompagnant les entreprises et les particuliers dans le financement de leurs projets. Grâce à la forte mobilisation des Réseaux France au service de leurs clients, les encours de crédits progressent globalement de 3,8% à 175,8 milliards d'euros par rapport au T2-11.

Les encours de crédits aux entreprises s'élèvent à 76,8 milliards d'euros (+3,9%). Le Groupe confirme son engagement à accompagner les entreprises par des financements, comme en témoigne la progression des encours de crédits de fonctionnement (+10,8% à 12,8 milliards d'euros) et des crédits d'investissement (+2,6% à 63,9 milliards d'euros).

En un an, les Réseaux France ont contribué au développement des entreprises et accordé près de 68,000 financements aux entreprises et professionnels pour un montant total de 8,8 milliards d'euros.

Les encours de crédits aux particuliers progressent de +3,2% sur la période, tirés par les crédits immobiliers (+3,9%).

Le ratio crédits/dépôts s'élève à 125% au T2-12 contre 128% au T1-12 et s'améliore ainsi de 3 points.

Les revenus des Réseaux France sont résilients avec un produit net bancaire de 2 037 millions d'euros, stable par rapport au T2-11. La progression de la marge d'intérêts de +3,0% par rapport au T2-11 s'explique par un effet volume favorable en dépit d'une baisse des taux de remplacement des dépôts et par une évolution favorable de la marge sur crédits. Cette progression compense la baisse des commissions de -4,3% sur cette même période, avec notamment des commissions financières en baisse de -16,4% du fait d'un volume moindre d'opérations financières émanant de la clientèle de particuliers.

Le recul des frais de gestion de -1,2% par rapport au T2-11 intègre les premiers effets de mutualisation des coûts. Sur la période, Société Générale et Crédit du Nord ont ainsi mutualisé leurs systèmes de paiement domestiques et internationaux.

Les revenus stables couplés à la baisse des frais de gestion permettent aux Réseaux France de dégager un résultat brut d'exploitation de 760 millions d'euros en hausse de +3,2% (Hors PEL CEL). Sur le semestre,

les Réseaux France dégagent un résultat brut d'exploitation de 1 459 millions d'euros.
(...)

Forte d'une demande intérieure dynamique, l'activité commerciale des Réseaux Internationaux en Russie permet aux encours de crédits de progresser de +17,2%* par rapport au T2-11 à 12,0 milliards d'euros et aux dépôts d'augmenter de +3,8%* par rapport au T2-11 à 8,2 milliards d'euros. Les revenus sont stables de +0,4%* (+1,2% en données courantes) par rapport au T2-11 à 251 millions d'euros, en raison d'un coût de refinancement toujours élevé. Dans un contexte de forte inflation, où les salaires continuent de croître de manière soutenue, les frais de gestion se stabilisent (+0,5%*) par rapport au T2-11 (à -202 millions d'euros) grâce à une gestion proactive des coûts sur Rosbank avec notamment une baisse des effectifs de plus de 2 100 ETP. Les actions d'optimisation post-fusion se poursuivent avec une rationalisation des surfaces occupées par le siège quasiment finalisée et une simplification de la structure du réseau de 43 zones à 12 régions et 3 back-offices en service en fin d'année 2012. Le résultat d'exploitation souffre d'une augmentation ponctuelle de la charge nette du risque sur le trimestre à -75 millions d'euros (contre -43 millions d'euros au T2-11) faisant suite à une revue du portefeuille de crédits immobiliers aux entreprises. Le résultat net part du Groupe de la Russie intègre en complément la dépréciation de l'écart d'acquisition de Rosbank pour - 250 millions d'euros en raison de l'actualisation du plan d'affaires de cette filiale.
(...)

Au deuxième trimestre 2012, les activités Actions affichent des revenus de 470 millions d'euros, en baisse de -23,9%(2) par rapport au T2-11. Malgré des volumes de marché faibles, l'activité client a été résiliente, en particulier sur les produits de flux et les produits structurés. Les actifs sous gestion de Lyxor sont en légère baisse par rapport à fin 2011 (à 72,9 milliards d'euros contre 73,6 milliards d'euros).

Les activités Taux, Changes et Matières premières enregistrent au T2-12 des revenus de 476 millions d'euros en retrait de -5,8%(2) par rapport au T2-11, dans un environnement de marché instable, moins favorable qu'en début d'année du fait des inquiétudes renouvelées sur la zone Euro. Cette performance a été tirée par les produits structurés ainsi que par les activités de taux et de crédit qui ont bien résisté au cours du trimestre.
(...)

A 174 millions d'euros, les revenus de la ligne-métier baissent de -12,6%*, mais seulement de -5,7% hors perte opérationnelle en Asie, par rapport au T2-11. A -157 millions d'euros, les frais de gestion sont en baisse de -2,5%* sur un an. En conséquence, le résultat brut d'exploitation trimestriel s'établit à 17 millions d'euros (contre 39 millions d'euros au T2-11) et la contribution de la ligne-métier au résultat net part du Groupe s'élève à 14 millions d'euros (contre 31 millions d'euros au T2-11).

Sur six mois et en comparaison annuelle, le produit net bancaire s'élève à 374 millions d'euros, en retrait de -11,6%* par rapport à l'année précédente. Les frais de gestion sont en baisse de -4,7%* à -305 millions d'euros et le résultat net part du Groupe enregistré est de 50 millions d'euros contre 74 en cumul à fin juin 2011.

La notes méthodologiques (A10 not sg)

1- Les résultats consolidés semestriels du Groupe au 30 juin 2012 ont été examinés par le Conseil d'administration en date du 31 juillet 2012

Les éléments financiers présentés au titre de la période de six mois close le 30 juin 2012 ont été établis en conformité avec le référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne et applicable à cette date. En particulier, les comptes consolidés semestriels résumés du Groupe ont été préparés et sont présentés en conformité avec la norme IAS 34 « Information financière intermédiaire ».

Les informations financières ont été soumises à la revue des Commissaires aux comptes qui émettront un rapport sur l'information financière semestrielle au 30 juin 2012.

2- Le ROE du Groupe est calculé sur la base des fonds propres moyens, c'est-à-dire des capitaux propres moyens part du Groupe en IFRS, en excluant (i) les gains ou pertes latents ou différés directement enregistrés en capitaux propres hors réserves de conversion, (ii) les titres super-subordonnés (« TSS »), (iii) les titres subordonnés à durée indéterminée (« TSDI ») reclassés en capitaux propres et en déduisant (iv) les intérêts à verser aux porteurs des TSS et aux porteurs des TSDI reclassés. Le résultat pris en compte pour calculer le ROE est déterminé sur la base du résultat net part du Groupe en déduisant les intérêts, nets d'effet fiscal, à verser aux porteurs de titres super-subordonnés sur la période, depuis 2006, aux porteurs des TSS et TSDI reclassés (141 millions d'euros à fin juin 2012) et de la plus-value nette d'impôts et des intérêts courus non échus relative aux rachats de TSS pour 2 millions d'euros à fin juin 2012.

(...)

Ce bénéfice net par action est alors déterminé en rapportant le résultat net part du Groupe de la période ainsi corrigé au nombre moyen d'actions ordinaires en circulation, hors actions propres et d'autocontrôle, mais y compris (a) les actions de trading détenus par le Groupe et (b) les actions en solde du contrat de liquidité.

(...)

Société Générale est l'un des tout premiers groupes européens de services financiers. S'appuyant sur un modèle diversifié de banque universelle, le Groupe allie solidité financière et stratégie de croissance durable avec l'ambition d'être La banque relationnelle, référence sur ses marchés, proche de ses clients, choisie pour la qualité et l'engagement de ses équipes.

Près de 160 000 collaborateurs, présents dans 77 pays, accompagnent au quotidien 33 millions de clients dans le monde entier. Les équipes Société Générale proposent conseils et services aux particuliers, aux entreprises et aux institutionnels dans trois principaux métiers :

- la banque de détail en France avec les enseignes Société Générale, Crédit du Nord et Boursorama
- la banque de détail à l'international présente en Europe centrale & orientale et Russie, dans le Bassin méditerranéen, en Afrique sub-saharienne, en Asie et en Outre-mer
- la Banque de Financement et d'Investissement avec son expertise globale en banque d'investissement, financements et activités de marché.

Société Générale est également un acteur significatif dans les métiers de Services Financiers Spécialisés, d'Assurances, de Banque Privée, de Gestion d'Actifs et des Services aux Investisseurs.

Société Générale figure dans les indices internationaux de développement durable : FTSE4good, ASPI, DJSI World et DJSI Europe.

Pour plus d'information, vous pouvez suivre le compte twitter @societegenerale ou visiter le site www.societegenerale.com

L'avis de réunion – *Le Bélier* (A10 av bel)

I - AU TITRE DE L'ASSEMBLEE GENERALE ORDINAIRE

(...)

TEXTE DES RESOLUTIONS PRESENTEES A L'ASSEMBLEE GENERALE MIXTE DU 24

MAI 2012

AU TITRE DE L'ASSEMBLEE GENERALE ORDINAIRE

PREMIERE RESOLUTION

(...)

DIXIEME RESOLUTION

**RENOUVELLEMENT DU MANDAT D'UN COMMISSAIRE AUX COMPTES
TITULAIRE**

L'assemblée générale prenant acte de l'expiration du mandat de la Société ACEFI CL, Commissaire titulaire, décide de le renouveler pour une nouvelle période de six exercices venant à expiration à l'issue de l'assemblée tenue en 2018 appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos en 2017.

L'assemblée générale reconnaît avoir eu connaissance du fait que le Commissaire aux comptes n'est intervenu dans aucune opération d'apport ou de fusion intéressant la Société ou les sociétés contrôlées au cours des deux derniers exercices.

(...)

SEIZIEME RESOLUTION

POUVOIRS POUR LES FORMALITES

L'assemblée générale, confère tous pouvoirs au porteur d'un original, d'une copie ou d'un extrait des présentes à l'effet d'effectuer toutes formalités de dépôt et de publicité.

Les actionnaires peuvent prendre part à cette assemblée quel que soit le nombre d'actions dont ils sont propriétaires, nonobstant toutes clauses statutaires contraires.

Il est justifié du droit de participer aux assemblées générales des sociétés par l'enregistrement comptable des titres au nom de l'actionnaire ou de l'intermédiaire inscrit pour son compte en application du septième alinéa de l'article L. 228-1 du Code de Commerce, au troisième jour ouvré précédant l'assemblée, soit le 21 mai 2012 à zéro heure, heure de Paris, soit dans les comptes de titres nominatifs tenus par la Société, soit dans les comptes de titres au porteur tenus par l'intermédiaire habilité.

L'inscription ou l'enregistrement comptable des titres dans les comptes de titres au porteur tenus par l'intermédiaire habilité doit être constaté par une attestation de participation délivrée par ce dernier, le cas échéant par voie électronique dans les conditions prévues à l'article R. 225-61 du Code de Commerce, et annexée au formulaire de vote à distance ou de procuration, ou encore, à la demande de carte d'admission établis au nom de l'actionnaire ou pour le compte de l'actionnaire représenté par l'intermédiaire inscrit.

Une attestation est également délivrée à l'actionnaire souhaitant participer physiquement à l'assemblée et qui n'a pas reçu sa carte d'admission le troisième jour ouvré précédant l'assemblée à zéro heure, heure de Paris.

A défaut d'assister personnellement à cette assemblée, les actionnaires peuvent choisir entre l'une des trois formules suivantes :

- adresser une procuration à la Société sans indication de mandataire ;

· donner une procuration à toute personne physique ou morale de son choix dans les conditions prévues à l'article L. 225-106 I du Code de Commerce. Ainsi, l'actionnaire devra adresser à CACEIS Corporate Trust une procuration écrite et signée indiquant son nom, prénom et adresse ainsi que ceux de son mandataire accompagnée de la photocopie d'une pièce d'identité de l'actionnaire et du mandataire. La révocation du mandat s'effectue dans les mêmes conditions de forme que celles utilisées pour sa constitution.

· voter par correspondance.

Conformément aux dispositions de l'article R. 225-79 du Code de Commerce, la notification de la désignation et de la révocation d'un mandataire peut également être effectuée par voie électronique, selon les modalités suivantes :

1. pour les actionnaires au nominatif pur : en envoyant un e-mail revêtu d'une signature électronique, obtenue par leurs soins auprès d'un tiers certificateur habilité dans les conditions légales et réglementaires en vigueur, à l'adresse électronique suivante lebelier-ag2012@lebelier.fr en précisant leurs nom, prénom, adresse et leur identifiant CACEIS Corporate Trust pour les actionnaires au nominatif pur (information disponible en haut et à gauche de leur relevé de compte titres) ou leur identifiant auprès de leur intermédiaire financier pour les actionnaires au nominatif administré, ainsi que les nom et prénom du mandataire désigné ou révoqué ;
2. pour les actionnaires au porteur : en envoyant un e-mail revêtu d'une signature électronique, obtenue par leurs soins auprès d'un tiers certificateur habilité dans les conditions légales et réglementaires en vigueur, à l'adresse électronique suivante lebelier-ag2012@lebelier.fr en précisant leur nom, prénom, adresse et références bancaires complètes ainsi que les nom et prénom du mandataire désigné ou révoqué, puis en demandant impérativement à leur intermédiaire financier qui assure la gestion de leur compte-titres d'envoyer une confirmation écrite (par courrier) à CACEIS Corporate Trust – Assemblées Générales Centralisées - **14, rue Rouget de Lisle – 92862 ISSY-LES-MOULINEAUX Cedex 9** (ou par fax au 01.49.08.05.82).

Seules les notifications de désignation ou de révocation de mandats dûment signées, complétées et réceptionnées au plus tard trois jours avant la date de tenue de l'assemblée générale pourront être prises en compte. Par ailleurs, seules les notifications de désignation ou de révocation de mandats pourront être adressées à l'adresse électronique susvisée, toute autre demande ou notification portant sur un autre objet ne pourra être prise en compte et /ou traitée.

(...)

L'avis de réunion – *Saint Globain* (A10 av sgl)

L'Assemblée générale, après avoir pris connaissance du rapport du Conseil d'administration, autorise le Conseil d'administration à acheter par la Société ses propres actions, conformément aux articles L.225-209 et suivants du code de commerce, en vue de leur conservation, de leur transfert par tous moyens, notamment par échanges ou cessions de titres, de leur annulation conformément à la seizième résolution de l'Assemblée générale mixte du 9 juin 2011, de la remise d'actions lors de l'exercice de droits attachés à des valeurs mobilières donnant droit de quelque manière à l'attribution d'actions de la Société, de l'animation du marché de l'action de la Société dans le cadre de contrats de liquidité conclus avec un prestataire de service d'investissement indépendant, de l'attribution gratuite d'actions, de l'attribution d'options d'achat d'actions, de l'attribution ou de la cession d'actions dans le cadre d'un Plan d'Épargne d'entreprise, d'opérations de croissance externe, et plus généralement en vue de la réalisation de toute autre opération conforme à la réglementation en vigueur.

L'avis aux titulaires de carnet TIR (A10 tir)

COMMISSION EUROPÉENNE
DIRECTION GÉNÉRALE
FISCALITÉ ET UNION DOUANIÈRE
Politique douanière
Régimes douaniers
Bruxelles, 24 juin 2009
TAXUD/C4 D (2009)
AVIS AUX TITULAIRES DE CARNET TIR

Objet : TIR et la modification "sécurité" et l'utilisation du numéro EORI

La Communauté européenne a promulgué une législation visant à protéger ses frontières, à mettre en œuvre le cadre "SAFE" de l'OMD des normes et assigner aux opérateurs économiques un numéro d'identification unique (EORI).

La législation entre en vigueur à partir du 1er juillet 2009.

1. MODIFICATION CONCERNANT LA SECURITE ET LA SURETE

Le règlement No 648/2005 du Conseil et du Parlement européen (JO L117, 4.5.2005) et le règlement No 875/2006 de la Commission (JO L360, 19.12.2006) ont introduit la dénommée 'modification de sécurité et de sûreté'. Cette modification vise à assurer un niveau équivalent de protection par les contrôles douaniers pour toutes les marchandises amenées dans ou hors du territoire douanier de l'UE en faisant usage d'un cadre commun de gestion des risques.

(...)

Les opérateurs économiques doivent combiner la déclaration anticipée avant sortie de la Communauté (la déclaration sommaire de sortie) avec la déclaration en douane exigée pour les marchandises quittant la Communauté. Cela se fera normalement par la déclaration d'exportation et la déclaration de transit ne contiendra donc pas les données de sécurité de l'annexe 30A du règlement No 2454/93 de la Commission, telle que modifiée.

(...)

Des informations complémentaires, y compris les orientations détaillées et un aperçu de la mise en œuvre EORI dans les États membres de l'UE, sont disponibles du site web de la Commission européenne:

En ce qui concerne l'ouverture des opérations TIR au sein de la Communauté, le détenteur TIR devra inclure le numéro EORI dans les données TIR électroniques à déposer dans le NSTI et dans le carnet TIR, dans la case 4 des volets n° 1 et 2 utilisés pour les opérations TIR au sein de la Communauté.

La formation – *Schneider Electric* (A10 sch)

Le développement permanent de vos compétences

Nous voulons vous donner les moyens de construire votre carrière, d'améliorer votre employabilité et d'acquérir de nouvelles compétences.

Notre offre de formation vous aide à vous développer sur les plans professionnel et personnel en enrichissant vos connaissances.

Devenez un spécialiste de la gestion de l'énergie

Pour aider nos collaborateurs à appréhender **les meilleures pratiques** dans le domaine de la gestion de l'énergie, nous avons créé "Schneider Electric Energy and Solutions University". En participant à l'un des **sept programmes de cette formation**, vous apprendrez à maîtriser les outils nécessaires à la conception et à la mise en œuvre de solutions innovantes.

Renforcez vos capacités managériales

Nos formations de **développement du leadership** sont conçues pour permettre à nos managers actuels et futurs de remplir pleinement leur rôle. Elles ont été développées avec l'aide des meilleures écoles de commerce. Les sessions, qui durent de 5 à 21 jours, font intervenir des responsables d'entreprises à forte croissance.

Affûtez votre vision stratégique

Nos leaders, nos experts et nos managers approfondiront leur compréhension de notre stratégie au cours de **débats animés par des dirigeants de Schneider Electric** (niveaux groupe, régional ou local). Ces sessions sont organisées par notre centre d'excellence sur la stratégie (Strategy and Execution Excellence Centre).

Approfondissez votre savoir-faire métier

Vous améliorerez votre expertise fonctionnelle en participant à des ateliers spécialisés. Nos formations couvrent cinq domaines : les ventes et le marketing, la production, l'ingénierie de solutions et de produits, les ressources humaines.

Le compte rendu (A10 cr gar)

Paris, le 19 juin 2011
COMMISSION INNOVATIONS
COMPTE-RENDU

Date : 14 juin 2011
Horaires : 9h30-13h / 14h30-17h30

PARTICIPANTS

NOM	PRENOM	FONCTION	STRUCTURE
ARGENCE	Jean-François	Directeur commercial	LOHR Industries
BARJANSKY	Michel	Consultant	

(...)

AXE REGLEMENTAIRE

La réglementation française et européenne en matière de sécurité ferroviaire s'est construite au cours du temps, évoluant au gré des incidents rencontrés.

Aujourd'hui, une révision de cette réglementation avec l'ensemble des acteurs est souhaitable afin d'avoir une vision globale du système en place.

Il s'agit également de diminuer les coûts liés à la multiplication des textes de loi et de diminuer la surcharge sécuritaire. Le niveau de sécurité actuel est acceptable : le critère devrait être « une innovation ne doit pas dégrader le niveau de sécurité existant ».

(...)

Le plan d'action – Saint Gobain (A10 sgl)

Plan d'actions face à la dégradation de l'environnement économique

Afin de faire face à la dégradation de la conjoncture observée à partir du 2^{ème} trimestre en Europe occidentale et, de façon générale, dans le Vitrage, le Groupe a une nouvelle fois fait la preuve de sa capacité d'adaptation et de sa grande discipline financière, tout en poursuivant **ses orientations stratégiques**. Il a notamment :

(...)

franchi une nouvelle étape dans la mise en œuvre de sa stratégie de recentrage sur les métiers de l'Habitat, avec la conclusion d'un accord en vue de la cession, à un très bon prix (1,7 milliard de dollars, soit 6,5 x l'EBE (EBITDA)), de Verallia North America. Cette opération lui permet par ailleurs de renforcer son bilan et de consolider sa solidité financière : ainsi, après ce désinvestissement, en proforma au décembre 2012 :

le taux d'endettement sur fonds propres passerait de 47% à 41%, le ratio « dette nette sur EBE (EBITDA) » passerait de 1,92 à 1,77 enfin, il a augmenté de 11,1% ses dépenses de R&D, pour les porter à 479 millions d'euros.

(...)

Il s'agissait avant tout de réaliser une étude afin d'évaluer l'intérêt de la solution proposée.

Celle-ci réalisée dans le cadre de la R&D a été arrêtée car elle est coûteuse.

(...)

De l'usage des données

Concernant l'accès aux données à caractère privé, Orange travaille avec la CNIL.

Les usagers pourraient demander de se faire rétribuer pour la diffusion des données personnelles provenant de leurs modèles! Mais ces données sont considérées comme des données techniques appartenant à l'opérateur, et non pas à l'utilisateur.

(...)

Pour toute remarque ou toute information complémentaire, n'hésitez pas à contacter Pia MURGAT par mail (pia.murgat@gart.org).

Annexe 11 : L'enquête : l'apprentissage de la langue française en Serbie

Chers étudiants, nous vous prions de bien vouloir prendre la participation dans notre enquête et nous aider à décrire l'apprentissage de la langue française en Serbie. Il ne vous faudra pas plus que cinq minutes. L'enquête est anonyme et vous n'avez pas besoin de mettre votre nom. Nous attendons que vous soyez complètement honnête et de choisir une des réponses offertes en les cerclant ou de formuler une courte réponse.

	Avez-vous eu l'occasion de voyager dans les pays de l'Europe occidentale?	oui	non
	Êtes-vous allé déjà en France ?	oui	non
	Envisagez-vous d'aller en France bientôt?	oui	non
	Considérez-vous que l'apprentissage du français pour les objectifs professionnels soit nécessaire?	oui	non
	Considérez-vous que vous utiliserez le français dans leur future carrière?	oui	non
	Envisagez-vous de faire la spécialisation ou de poursuivre vos études en France?	oui	non
	Consacrez-vous suffisamment de temps à l'apprentissage de la langue française?	oui	non
	Seriez-vous plus motivé si ce qui se fait en classe est plus compatible avec vos besoins langagiers ?	oui	non
	Avez-vous eu l'occasion de discuter avec quiconque dont le français est la langue maternelle?	oui	non
	Utilisez-vous les techniques d'information et de communication pour l'apprentissage de la langue étrangère?	oui	non

- Quelle est l'importance de la connaissance des langues étrangères pour votre promotion professionnelle?
a) très important b) assez important c) peu important d) aucune importance
- À part l'apprentissage d'une langue étrangère, est-il important de consacrer aussi le temps aux relations historiques, culturelles et bilatérales ?
a) très important b) assez important c) peu important d) aucune importance
- Comment évaluez-vous les relations bilatérales actuelles entre la France et la Serbie?
- très bonnes b) bonnes c) mauvaises d) très mauvaises
Pourquoi? _____
- Dans les quels domaines les relations sont bonnes et dans quels domaines il faut qu'elles s'améliorent? _____

Faculté :
Année :

Sexe : M. F.
Âge :

Merci pour la coopération !

Anketa : Učenje francuskog jezika u Srbiji

Poštovane kolege, zamolili bi smo Vas da uzmete učešće u našoj anketi i pomognete nam da opišemo učenje francuskog jezika u Srbiji. Za ovu anketu neće Vam trebati više od pet minuta. Anketa je skroz anonimna i nemate potrebe da stavljate Vaše ime. Molimo Vas da budete iskreni i da odgovorite na pitanja zaokruživanjem ili kratkim odgovorom.

	Da li ste već bili u nekoj od zemalja Zapadne Evrope?	DA	NE
	Da li ste već bili u Francuskoj?	DA	NE
	Da li planirate odlazak za Francusku u skorije vreme?	DA	NE
	Da li smatrate da je poslovnog francuskog jezika potrebno?	DA	NE
	Da li smatrate da ćete koristiti francuski jezik na budućem poslu?	DA	NE
	Da li planirate da obavite stručnu praksu ili specijalizaciju u Francuskoj posle studija?	DA	NE
	Da li smatrate da dovoljno vremena posvećujete učenju jezika?	DA	NE
	Da li biste bili motivisaniji za učenje stranog jezika ukoliko bi ono što radite na času odgovaralo više vašim jezičkim potrebama?	DA	NE
	Da li ste imali prilike da razgovarate sa nekim kome je francuski jezik maternji jezik?	DA	NE
	Da li koristite informacione tehnologije prilikom učenja francuskog jezika?	DA	NE

Koliko bitnim smatrate poznavanje stranih jezika za Vašu profesionalnu karijeru?

- a) jako bitnim b) dosta bitnim c) malo bitnim d) totalno nebitnim

Koliko bitnim smatrate da je pored učenja francuskog jezika, bitno i razumeti njihovu kulturu?

- a) jako bitnim b) dosta bitnim c) malo bitnim d) totalno
nebitnim

Kako ocenjujete bilateralne odnose između Francuske i Srbije? (zaokružite jedan odgovor)

- Jako dobre b) Dobre c) Loše d) Jako loše

Zašto?

U kojim domenima smatrate da su odnosi dobri, a u kojim, a kojim je potrebno poboljšavanje?

Ime fakulteta:
Godina studija:

Pol: M. Ž.
Starost:

Hvala na saradnji!

Биографија аутора

Данијел Живковић, рођен је 1977. године у Нишу, где је завршио основну и средњу школу. Дипломирао је француски језик на Филозофском факултету Универзитета у Новом Саду 2003. године и има два мастера. Диплому професионалних мастер студија стекао је 2005. године на франкофоном институту ИФАГ, Универзитета у Нанту, на смеру Менаџмент, специјалност: Администрација предузећа. На Филолошком факултету Универзитета у Београду, на студијском програму Француски језик и књижевност, 2010. године одбранио је мастер рад на тему Узрочне и последичне реченице и стекао стручни назив дипломирани филолог француског језика и књижевности. Докторске академске студије у коменторству уписао је 2011. године на Универзитету Артоа, Француска и на Филолошком факултету Универзитета у Београду. Све предвиђене испите положио је са просечном оценом 9,75. До сада је написао и објавио седам научних и стручних радова у часописима и зборницама. У свом досадашњем раду показао је интересовање за бављење истраживањима у области дидактике француског језика за посебне намене, а посебно у домену економије и менаџмента предузећа.

Радно искуство има од 2003. године, радио је у многим фирмама, а међу осталим, на руководећем положају у франкофоној компанији СОУ.Г.С. у Алжиру. Од 2009. године ради као професор пословног француског језика на Универзитету Унион (Факултет за правне и пословне студије „Др Лазар Вркатић“ у Новом Саду). Члан је АДЕФ-а (Удружења постдипломаца француског високообразовног система). Течно говори француски, а служи се енглеским, шпанским, италијанским и руским језиком.

Изјава о ауторству

Прилог 1.

Изјава о ауторству

Потписани је Данијел Шивковић
број уписа 1117/1

Изјављујем

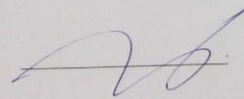
да је докторска дисертација под насловом

Анализа економског и пословног дискурса и његова вриједност на дијалектику француског језика у друштвено-економском контексту Србије

- резултат сопственог истраживачког рада,
- да предложена дисертација у целини ни у деловима није била предложена за добијање било које дипломе према студијским програмима других високошколских установа,
- да су резултати коректно наведени и
- да нисам кршио/ла ауторска права и користио интелектуалну својину других лица.

Потпис докторанда

У Београду, 15.09.2015.



Изјава о истоветности штампане и електронске верзије

Прилог 2.

Изјава о истоветности штампане и електронске верзије докторског рада

Име и презиме аутора Ланијел Шивковић
Број уписа 11117/А
Студијски програм Француски језик
Наслов рада Анализа економског и пословног дискурса и његова примена на дидактику француског језика у ~~академском~~ економском контексту Србије
Ментор Проф. др Веран Станојевић и Проф. др Жан-Марк Маннирант
Потписани Ланијел Шивковић

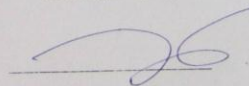
изјављујем да је штампана верзија мог докторског рада истоветна електронској верзији коју сам предао/ла за објављивање на порталу Дигиталног репозиторијума Универзитета у Београду.

Дозвољавам да се објаве моји лични подаци везани за добијање академског звања доктора наука, као што су име и презиме, година и место рођења и датум одбране рада.

Ови лични подаци могу се објавити на мрежним страницама дигиталне библиотеке, у електронском каталогу и у публикацијама Универзитета у Београду.

Потпис докторанда

у Београду, 15. 03. 2015.



Изјава о коришћењу

Прилог 3.

Изјава о коришћењу

Овлашћујем Универзитетску библиотеку „Светозар Марковић“ да у Дигитални репозиторијум Универзитета у Београду унесе моју докторску дисертацију под насловом:

Анализа економског и пословног дискурса и његова примена на дидактику француског језика у пружачно-економском контексту Србије
која је моје ауторско дело.

Дисертацију са свим прилозима предао/ла сам у електронском формату погодном за трајно архивирање.

Моју докторску дисертацију сачуваћу у Дигитални репозиторијум Универзитета у Београду могу да користе сви који поштују одредбе садржане у одабраном типу лиценце Креативне заједнице (Creative Commons) за коју сам се одлучио/ла.

1. Ауторство
2. Ауторство - некомерцијално
3. Ауторство – некомерцијално – без прераде
4. Ауторство – некомерцијално – делити под истим условима
5. Ауторство – без прераде
6. Ауторство – делити под истим условима

(Молимо да заскружите само једну од шест понуђених лиценци, кратак опис лиценци дат је на полеђини листа).

Потпис докторанда

у Београду, 15.09.2015.