

# **Business French**

Spyridon Simotas

# Table of contents

<b>About this project</b>	<b>9</b>
Introduction to Business French OER . . . . .	9
Learning Objectives . . . . .	9
Course Structure . . . . .	10
Assessment and Evaluation . . . . .	10
Adapting the OER to Your Context . . . . .	11
Getting Started . . . . .	11
Acknowledgment . . . . .	11
Licence . . . . .	11
 <b>Module 1: Le monde de l'entreprise</b>	 <b>12</b>
<b>Qu'est-ce qu'une entreprise? (Lire en autonomie)</b>	<b>13</b>
Activité de découverte . . . . .	13
L'entreprise... c'est quoi? . . . . .	13
Classement des entreprises . . . . .	14
Secteur . . . . .	15
Taille . . . . .	15
Statut juridique . . . . .	16
 <b>Qu'est-ce qu'une entreprise? (Activités à faire en classe)</b>	 <b>19</b>
Diagramme . . . . .	19
Vocabulaire utile . . . . .	21
Le classement des entreprises . . . . .	22
L'organisation d'une entreprise . . . . .	22
Fiche d'identité . . . . .	23
Discussion . . . . .	25
 <b>La désindustrialisation à la française (Lire en autonomie)</b>	 <b>27</b>
Salaires élevés et productivité la plus élevée de la zone euro . . . . .	29
Germinal et le 7e plan . . . . .	33
 <b>Lexique 1</b>	 <b>35</b>

<b>Parler en public – Apprendre à construire une présentation orale</b>	<b>37</b>
Objectifs . . . . .	37
Types de discours oral . . . . .	37
Réfléchir au plan d’une intervention orale . . . . .	38
Lexique signalétique . . . . .	38
<b>Parler en public – Discours modèle</b>	<b>39</b>
Présentation d’un discours modèle . . . . .	39
Introduction . . . . .	39
Développement . . . . .	39
Conclusion et interaction . . . . .	41
<b>Parler des données chiffrées (À faire en classe)</b>	<b>42</b>
MISE EN ROUTE . . . . .	42
BOITE À OUTILS . . . . .	43
EN SITUATION! . . . . .	43
<b>Parler des données chiffrées (À faire en classe)</b>	<b>46</b>
Objectifs pédagogiques . . . . .	46
Description et informations pratiques . . . . .	46
Présentation . . . . .	47
D’abord identifiez le document . . . . .	47
Contextualisation . . . . .	48
Après le résumé on approfondit avec des exemples. . . . .	48
Conclure . . . . .	49
Boîte à outils . . . . .	49
<b>Module 2: Profils et projets entrepreneuriaux</b>	<b>50</b>
<b>La start-up (à faire en autonomie)</b>	<b>51</b>
Écouter . . . . .	51
Transcription . . . . .	51
Activités . . . . .	52
<b>Sayna, la startup malgache qui séduit les fonds I&amp;P Accélération Technologies et Miarakap</b>	<b>53</b>
Questions . . . . .	56
<b>Le compte rendu</b>	<b>57</b>
<b>Le compte rendu – Activités à faire en classe</b>	<b>59</b>
Activités de groupe . . . . .	59
Mots du vocabulaire . . . . .	61

<b>Lexique 2</b>	<b>62</b>
<b>Le business modèle Canvas</b>	<b>64</b>
Origines . . . . .	64
La structure du BMC . . . . .	64
Succès actuel . . . . .	65
Activité . . . . .	65
<b>Compte-rendu assignment</b>	<b>66</b>
Objectifs . . . . .	66
Instructions . . . . .	66
Structure du compte rendu . . . . .	66
<b>Module 3: Construire son dossier de candidature (CV &amp; LM)</b>	<b>68</b>
<b>CV par compétences – Activités à faire en autonomie</b>	<b>69</b>
Transcription . . . . .	69
<b>Lettre de motivation</b>	<b>71</b>
Formules pour l'introduction de la lettre . . . . .	73
Formules pour le corps de la lettre . . . . .	74
1. <b>Présentation de vos compétences et expériences:</b> . . . . .	74
2. <b>Expression de votre motivation pour le poste et l'entreprise:</b> . . . . .	75
3. <b>Mise en avant de vos qualités personnelles:</b> . . . . .	75
4. <b>Illustration par des exemples concrets:</b> . . . . .	75
Formules à utiliser par un(e) jeune diplômé(e) sans beaucoup d'expérience profes-	
sionnelle . . . . .	76
1. <b>Mise en avant de la formation et des connaissances acquises:</b> . . . . .	76
2. <b>Présentation des stages ou des expériences académiques:</b> . . . . .	76
3. <b>Valorisation des projets universitaires ou personnels:</b> . . . . .	76
4. <b>Mise en avant des compétences transférables et des qualités per-</b>	
<b>sonnelles:</b> . . . . .	77
5. <b>Expression de la motivation et de l'enthousiasme pour le poste:</b> . . . . .	77
Formules pour la conclusion d'une lettre de motivation . . . . .	77
1. <b>Expression de l'intérêt pour un entretien:</b> . . . . .	77
2. <b>Affirmation de la volonté de contribuer au succès de l'entreprise:</b> . . . . .	78
3. <b>Formule de politesse:</b> . . . . .	78
4. <b>Remerciement pour l'attention portée à votre candidature:</b> . . . . .	78
5. <b>Indication de disponibilité:</b> . . . . .	78
Formules de politesse . . . . .	78
Conseils pour choisir la formule de politesse: . . . . .	79

Deux exemples de lettre de motivation . . . . .	79
Lettre de motivation 2: . . . . .	81
<b>Composition d'un CV</b>	<b>82</b>
Accroche . . . . .	82
Les rubriques . . . . .	83
Activités . . . . .	84
Dans le rôle du recruteur (activité de groupe) . . . . .	84
Faire l'accroche . . . . .	84
<b>Entretien d'embauche</b>	<b>86</b>
Questions à préparer . . . . .	86
<b>CV et LM — Activités à faire en classe</b>	<b>89</b>
Accroche . . . . .	89
<b>Équipes efficaces</b>	<b>90</b>
<b>Qu'est-ce qu'une équipe efficace? Comment reconnaît-on une équipe efficace?</b>	<b>91</b>
Alignement des groupes . . . . .	91
Climat de sécurité psychologique . . . . .	92
Communication non-violente . . . . .	93
<b>Module 4: Une idée d'entreprise</b>	<b>94</b>
<b>Activité de réseautage rapide (speed-networking)</b>	<b>95</b>
Qu'est-ce que c'est une activité de réseautage rapide? . . . . .	95
Quel est l'objectif de cette activité? . . . . .	95
Organisation de la séance . . . . .	96
Questions à préparer (~15 minutes) . . . . .	96
Déroulement de la séance . . . . .	97
Après l'activité notez vos préférences (~5 minutes) . . . . .	97
Nom du/de la camarade (Prénom, NOM) . . . . .	97
Travailler ensemble ? (Oui/Non/Peut-être) . . . . .	97
Notes . . . . .	97
Questions . . . . .	98
<b>Optimiam: Activités (À faire en autonomie)</b>	<b>100</b>
<b>Pitch La Vie Laine – Activité à faire en autonomie</b>	<b>101</b>
La transcription de la vidéo . . . . .	101
Activité . . . . .	103

<b>La vie laine: Activités</b>	<b>104</b>
<b>Business Model Canvas: Interactif</b>	<b>105</b>
<b>Lexique 3</b>	<b>106</b>
<b>Brainstorming</b>	<b>109</b>
Brainstorming . . . . .	110
Qu'est-ce que le brainstorming? . . . . .	110
Les phases d'une séance de brainstorming . . . . .	111
Phase 1: Préparer . . . . .	111
Phase 2: Animer . . . . .	111
Phase 3: Capitaliser et valoriser . . . . .	111
<b>Le pitch</b>	<b>112</b>
Le pitch . . . . .	112
La phrase-projet . . . . .	112
Présentation orale d'un pitch selon la séquence de motivation de Monroe . . . . .	113
<b>Conseils avant le brainstorming</b>	<b>115</b>
Comment générer des idées pour une entreprise? Écoutez les conseils des Abou Touré et Dembo Dramé, fondateurs de Onzic. . . . .	115
Conseils avant de commencer le brainstorming . . . . .	116
Séance de brainstorming . . . . .	116
Instructions . . . . .	116
Étape 1 : Définir vos valeurs et objectifs . . . . .	116
Étape 2 : Brainstorming d'idées . . . . .	116
Étape 3 : Sélectionner les meilleures idées . . . . .	117
Étape 4 : Obtenir des conseils d'expert . . . . .	117
Étape 5 : Faire une réflexion . . . . .	117
<b>Pitch d'une startup: Travail écrit</b>	<b>119</b>
Objectif . . . . .	119
Étapes à suivre . . . . .	119
Étape 1 : Brainstorming . . . . .	119
Étape 2 : Rédaction du pitch . . . . .	119
Étape 3 : Réflexion sur le processus . . . . .	120
Étape 4 : Présentation du pitch . . . . .	120
À rendre . . . . .	121
Boîte à outils . . . . .	121

<b>Module 5: Création d'une identité d'entreprise et d'un plan marketing</b>	<b>122</b>
<b>Le marketing</b>	<b>123</b>
Introduction . . . . .	123
Les étapes du marketing . . . . .	123
<b>Le nom d'une marque</b>	<b>125</b>
<b>Le nom et le logo d'une marque</b>	<b>126</b>
<b>Création de l'identité d'une entreprise: le nom</b>	<b>127</b>
À vous . . . . .	127
Instructions . . . . .	127
Étape 1: <b>Brainstorming</b> (20 minutes) . . . . .	127
Étape 2: Tri et vérification . . . . .	128
Étape 3: Tester . . . . .	128
<b>Création de l'identité d'une entreprise: le slogan</b>	<b>129</b>
Le lien entre le slogan et la marque . . . . .	130
Activité . . . . .	141
Air France . . . . .	141
Yves Rocher (marque des produits de beauté naturels) . . . . .	141
Amora (marque de moutarde) . . . . .	142
Darty (Magasin d'électroménager) . . . . .	142
Babybel (marque de fromage) . . . . .	142
Contrex (marque d'eau) . . . . .	142
Maille (marque de moutarde) . . . . .	143
Typologie des slogans . . . . .	143
À vous . . . . .	143
<b>Création de l'identité visuelle de votre entreprise</b>	<b>144</b>
Objectif . . . . .	144
1. <b>Création</b> . . . . .	144
2. <b>Consultation</b> . . . . .	145
Exemple de prompts . . . . .	145
3. <b>Réflexion</b> . . . . .	146
Travail à rendre . . . . .	146
<b>Module 6: La vie d'entreprise</b>	<b>147</b>
<b>La vie dans une entreprise</b>	<b>148</b>
Extrait du film <i>Les 2 Alfred</i> . . . . .	148
Vocabulaire utile . . . . .	149

Le jargon des entreprises . . . . .	150
Transcription . . . . .	150
<b>Ordre du jour</b>	<b>157</b>
Ordre du jour . . . . .	157
<b>Correspondance professionnelle</b>	<b>159</b>
Après la présentation devant le COMEX . . . . .	159
L'étape suivante . . . . .	160
La boîte à lettres de Caroline . . . . .	161
1. De Caroline à Mr Novak . . . . .	161
2. De Mr Novac à Caroline . . . . .	161
3. De Caroline à Mr Novak . . . . .	162
4. Caroline à Mme Poullard (la directrice de COMEX) . . . . .	162
<b>Boîte à lettres</b>	<b>163</b>
La boîte à lettres de Caroline . . . . .	163
1. De Caroline à Mr Novak . . . . .	163
2. De Mr Novac à Caroline . . . . .	164
3. De Caroline à Mr Novak . . . . .	164
4. Caroline à Mme Poullard (la directrice de COMEX) . . . . .	165
<b>Gestion d'une crise: travail écrit</b>	<b>169</b>
Contexte . . . . .	169
Objectif . . . . .	169
Instructions pour la rédaction de l'email . . . . .	169
Structure et format de l'email . . . . .	169
Informations pratiques . . . . .	170
<b>Module 7: Création du site web de l'entreprise</b>	<b>171</b>
<b>Découverte des sites web</b>	<b>172</b>
L'importance d'un site web . . . . .	172
Le cahier des charges . . . . .	172
Découverte des sites de la concurrence . . . . .	172
Esquisse d'une page d'accueil . . . . .	172
<b>Projet final</b>	<b>173</b>
Objectifs . . . . .	173
Étapes du projet . . . . .	173
À rendre . . . . .	174
Checklist pour le projet final . . . . .	174



# About this project

## Introduction to Business French OER

Welcome to the Business French OER project. This course is designed for French language learners at the B1/B2 proficiency level who wish to explore the world of business and entrepreneurship in a francophone context.

Conceived as a global simulation, this course encourages students to envision their own company and to workshop their entrepreneurial idea in various steps leading to their final project: the reveal of their company's website. Throughout the course, students will draw inspiration from creative and socially responsible projects of young francophone entrepreneurs and will develop key competencies that will help them become responsible citizens and leaders in a diverse and globally interconnected world.

Since the beginning of this project, I have only had the opportunity to teach it twice. So, while this second iteration (V.2) builds and improves on the previous one with additional materials and resources, it remains, in many regards, a work in progress. As I will keep teaching this class, I will keep updating it. All of the updates will be posted here.

At the University of Virginia where I teach this course has been approved for the General Business Minor.

## Learning Objectives

In this course students will:

- Learn about the business vocabulary, the economic press, and current events in the francophone entrepreneurial world.
- Develop an awareness of the various economic, political, and social issues that shape the entrepreneurial landscape.
- Acquire the necessary linguistic skills (oral and written) to effectively navigate different professional situations.
- Discover their individual professional profile and develop teamwork skills.
- Collaborate in teams to design and implement a final project.

- Explore innovative projects by entrepreneurs from the francophone world, with an emphasis on projects that have a positive social and/or environmental impact.
- Implement the popular Business Model Canvas in creating their own company.

## Course Structure

The Business French OER is organized into several modules, each focusing on a specific aspect of the business world and entrepreneurship. The modules include:

- Module 1: Le monde de l'entreprise
- Module 2: Profils et projets entrepreneuriaux
- Module 3: Construire son dossier de candidature (CV & LM)
- Module 4: Une idée d'entreprise
- Module 5: Création d'une identité d'entreprise et d'un plan marketing
- Module 6: La vie d'entreprise
- Module 7: Création du site web de l'entreprise

Each module consists of a variety of resources, such as readings, videos, audio recordings, and interactive activities, designed to engage students and support their learning. The materials are carefully selected to provide authentic, up-to-date content that reflects the reality of the francophone business world.

## Assessment and Evaluation

Throughout the course, students have the opportunity to demonstrate their learning and apply their newly acquired skills through various formative and summative assessments. These include:

- Vocabulary quizzes
- Written assignments
- Oral presentations
- Participation in class discussions
- Group final project

Instructors can adapt the assessment methods to suit their specific teaching context and student needs.

## Adapting the OER to Your Context

One of the key benefits of this Business French course is its flexibility. As an open educational resource, it can be easily adapted, modified, and expanded to fit the unique needs of your students and teaching environment. You may choose to use the entire course as-is, or you can select specific modules, resources, or activities to integrate into your existing curriculum.

If you choose to use this OER for your course, don't hesitate to contact me. Your feedback will help me improve and update this project for the benefit of the wider French teaching community.

## Getting Started

You can explore this project online or download the PDF of the entire course. If you want to download individual pages/files please visit [the Github page of the project](#).

## Acknowledgment

This project has received generous support from the [Affordability & Equity Grants at the UVA library](#) funded by the Jefferson Trust. Alexis Osipovs assistance with the creation of the website was instrumental.

## Licence



This license enables reusers to distribute, remix, adapt, and build upon the material in any medium or format for noncommercial purposes only, and only so long as attribution is given to the creator. If you remix, adapt, or build upon the material, you must license the modified material under identical terms. CC BY-NC-SA includes the following elements:



BY: credit must be given to the creator.



NC: Only noncommercial uses of the work are permitted.



SA: Adaptations must be shared under the same terms.

# **Module 1: Le monde de l'entreprise**

# Qu'est-ce qu'une entreprise? (Lire en autonomie)

## Activité de découverte

Regardez [la vidéo](#) et faites [le quiz](#).

## L'entreprise... c'est quoi?

(resource adaptée de: [faciléco](#))

Les entreprises sont au cœur de l'actualité et du débat public. On entend parler de leurs innovations, de leur croissance, et même de leur déclin. Dans tous les cas, elles rythment la vie économique et sociale et animent notre quotidien avec les produits et service qu'elles proposent. Il est donc essentiel de mieux les connaître. Pourtant nous avons souvent du mal à en prendre la mesure, voire à définir ce que c'est qu'une entreprise.

D'après l'INSEE, "l'entreprise est la plus petite combinaison d'unités légales qui constitue une unité organisationnelle de production de biens et de services jouissant d'une certaine autonomie de décision, notamment pour l'affectation de ses ressources<sup>1</sup> courantes." ([source](#))

On note que cette définition met l'accent sur les mots clés suivants: - **unité légale** - **autonomie de décision** pour **l'affectation de ses ressources**.

Une entreprise est une **unité légale**: elle a un nom et une adresse, de façon à ce qu'elle puisse être représentée devant la loi (personne morale). Pour pouvoir donc exercer son activité, une entreprise doit être reconnue par la loi, et elle doit respecter elle-même ses responsabilités et ses obligations face à la loi en fonction de son statut juridique.

**La personne morale** En droit, une **personne morale** est une entité dotée de la personnalité juridique, ce qui lui permet d'être directement titulaire de droits et d'obligations en lieu et place des personnes physiques ou morales qui la composent ou qui l'ont créée (par exemple : entreprises, associations...).

---

<sup>1</sup>la gestion optimale des ressources (économiques, humaines, etc)

La personne morale et la personne physique sont deux des principales entités pouvant avoir des droits et obligations.

(source: Wikipédia)

#### **Matière à réflexion**

Pouvez-vous imaginer des exemples de responsabilités et des obligations d'une entreprise?

Une entreprise a une **autonomie de décision** pour l'**affectation de ses ressources**. Encore une fois, dans la mesure où un certain nombre de règles et de lois sont respectées, une entreprise est libre de prendre ses propres décisions en ce qui concerne les questions de sa gestion interne, de la façon dont ses produits sont fabriqués, stockés, ou distribués dans le marché, mais aussi de la façon dont ses bénéfices sont distribués.

#### **Matière à réflexion**

Pouvez-vous donner quelques exemples qui correspondent à l'autonomie de décision d'une entreprise?

Pour récapituler, il y a entreprise dès que des personnes mobilisent leur talents et leur énergie, rassemblent des moyens matériels et financiers pour créer un produit ou un service et l'offrir à des clients.

En tant que consommateurs, on compte beaucoup sur ces organisations qui nous nourrissent, nous vêtissent, nous transportent, nous divertissent, nous maintiennent en bonne santé, nous fournissent les moyens de communication, les équipements et l'énergie dont nous avons besoin.

En tant qu'employés ou entrepreneurs, nous trouvons dans l'entreprise l'un de nos principaux champs d'expression. Nous y investissons une grande part de notre temps, de notre énergie et de notre créativité. Nous y développons nos compétences et y affirmons notre personnalité.

## **Classement des entreprises**

(ressource adaptée de: [la finance pour tous](#))

Les entreprises sont tout autour de nous et pourtant nous les connaissons peu. Alors que les différences entre les entreprises sont phénoménales (taille, âge, nombre de salariés, secteur, métiers, etc), on les regroupe toutes sous un même nom. Ci-dessous nous verrons les critères qui nous aident à classer les entreprises.

On classe les entreprises par **secteur**, par **taille** et **chiffre d'affaires**, ou même par **statut juridique**.

## Secteur

Secteur Public : Les entités du secteur public sont détenues et gérées par l'État ou d'autres autorités gouvernementales. Cela inclut les ministères, les services publics (comme les hôpitaux, les écoles, et les services de police), ainsi que certaines entreprises d'État. Le financement provient généralement des impôts et des budgets gouvernementaux, et l'objectif principal est souvent de fournir des services à la société plutôt que de générer des profits.

Secteur Privé : Les entreprises et organisations du secteur privé sont détenues par des individus, des groupes ou des actionnaires privés. Cela inclut des entreprises de toutes tailles, des multinationales aux petites entreprises familiales. Le financement provient des propriétaires, des investisseurs ou des revenus générés par les activités de l'entreprise, et l'objectif principal est généralement de générer des profits pour les propriétaires ou les actionnaires.

## Taille

La taille d'une entreprise est généralement définie en fonction de deux critères principaux : son effectif et son chiffre d'affaires. **L'effectif d'une entreprise se réfère au nombre de personnes qu'elle emploie**, incluant à la fois les employés à temps plein et à temps partiel. Ce critère permet de mesurer la capacité de l'entreprise en termes de ressources humaines. D'autre part, **le chiffre d'affaires, qui représente la somme totale des ventes de biens et de services sur une période donnée**, est un indicateur de la taille économique de l'entreprise. Il reflète son activité commerciale et sa capacité à générer des revenus. Ensemble, ces deux mesures aident à classer les entreprises en différentes catégories (petites, moyennes ou grandes entreprises, etc), ce qui est crucial pour l'analyse économique, l'élaboration des politiques publiques, et pour les stratégies de développement commercial des entreprises elles-mêmes. Cette classification selon la taille est importante car elle détermine souvent les réglementations, les obligations fiscales, et les types de soutien financier auxquels une entreprise peut prétendre.

### Micro-entreprise

- Effectif : Ne dépasse généralement pas 10 salariés.
- Chiffre d'affaires : Inférieur à 900 000 €.

### Petite entreprise

- Effectif : Ne dépasse pas 50 salariés.
- Chiffre d'affaires : Inférieur à 12 millions d'euros.

### Moyenne entreprise

- Effectif : Ne dépasse pas 250 salariés.

- Chiffre d'affaires : Inférieur à 40 millions d'euros.

### **Entreprise de Taille Intermédiaire (ETI)**

- Effectif : Entre 250 et 5.000 salariés.
- Chiffre d'affaires : Entre 50 et 1 500 millions d'euros.

### **Grande entreprise ou Groupe**

Les grandes entreprises sont celles qui atteignent et dépassent les seuils mentionnés ci-dessus.

## **Statut juridique**

Le statut juridique d'une entreprise définit sa structure légale, ses obligations, ainsi que les droits et responsabilités de ses dirigeants. Les principaux statuts juridiques en France sont la Société à Responsabilité Limitée (SARL), la Société par Actions Simplifiée (SAS), l'Entreprise Individuelle (EI), l'Entreprise Individuelle à Responsabilité Limitée (EIRL), et la Société Anonyme (SA).

Comme on peut l'imaginer, une start-up et une grande entreprise, n'auront pas forcément le même statut juridique puisque celui-ci est souvent influencé par la taille de l'entreprise, son modèle économique, et ses besoins en financement. Les start-ups optent fréquemment pour le statut de SAS en raison de sa souplesse et de sa capacité à faciliter les levées de fonds. En revanche, les grandes entreprises privilégient souvent la SA ou la SARL, qui offrent une structure plus adaptée à leur taille importante et à leurs opérations complexes. Rien n'empêche que les start-ups choisissent ces statuts en fonction de leurs objectifs spécifiques et de leur stratégie de croissance.

Les principaux statuts juridiques sont:

#### **1. Entreprise Individuelle (EI) :**

C'est le statut le plus simple pour démarrer une activité seul. L'entrepreneur individuel gère son entreprise sans avoir à créer une société distincte de sa personne. Il est seul responsable des dettes de son entreprise sur son patrimoine personnel.

- Exemple : Un artisan travaillant seul, comme un plombier ou un coiffeur.

#### **2. Entreprise Individuelle à Responsabilité Limitée (EIRL) :**

Similaire à l'EI, mais permet de séparer le patrimoine personnel de l'entrepreneur de celui de son entreprise. Ce statut protège les biens personnels en cas de dettes professionnelles.

- Exemple : Un consultant en informatique qui souhaite protéger sa maison et son épargne personnelle.



### 3. Société à Responsabilité Limitée (SARL) :

Société formée par au moins deux associés (ou un seul dans le cas d'une EURL). Si l'entreprise fait face à des dettes ou à des pertes, les associés ne sont tenus de les rembourser que jusqu'à la hauteur du montant qu'ils ont investi dans l'entreprise lors de sa création ou lors d'augmentations de capital.

- Adaptée aux petites et moyennes entreprises.
- Exemple : Un restaurant familial géré par plusieurs membres de la famille.

### 4. Société par Actions Simplifiée (SAS) :

Structure flexible et adaptée à des projets évolutifs. Permet d'avoir un ou plusieurs associés, et la responsabilité est limitée aux apports. Le président de la SAS est assimilé salarié.<sup>2</sup>

- Exemple : Une start-up technologique avec plusieurs investisseurs.

### 5. Société Anonyme (SA) :

Adaptée aux grandes entreprises, nécessite un capital social important. Elle est dirigée par un conseil d'administration ou un directoire. Les actionnaires sont responsables jusqu'à concurrence de leurs apports.

- Exemple : Une grande entreprise cotée en bourse.

### 6. Société en Nom Collectif (SNC) :

Tous les associés ont le statut de commerçants et sont indéfiniment responsables des dettes sur leur patrimoine personnel. Ce statut convient pour les petites structures avec des associés qui se font mutuellement confiance.

- Exemple : Un cabinet d'avocats ou un cabinet comptable.

Le choix du statut dépend de plusieurs facteurs, tels que l'ambition de l'activité, les perspectives d'évolution, le niveau de risque, et l'optimisation fiscale. Les entreprises individuelles offrent simplicité et moins de formalisme. Pour ce statut, il n'y a pas de notion de salaire, ni de dividende, ni de rétribution du dirigeant : la rémunération est confondue avec le bénéfice réel qui est aussi imposable. Mais en cas de risque, l'entrepreneur est seul devant ses responsabilités.

Les statuts sociétaux, tels que SARL, SAS, et SA, offrent plus de formalisme et de flexibilité en matière de gestion des bénéfices et des contributions sociales et fiscales. Une telle société tient régulièrement des assemblées générales dans lesquelles sont discutées les grands plans stratégiques de l'entreprise.

---

<sup>2</sup>Il bénéficie d'une protection sociale presque identique à celle d'un salarié classique.

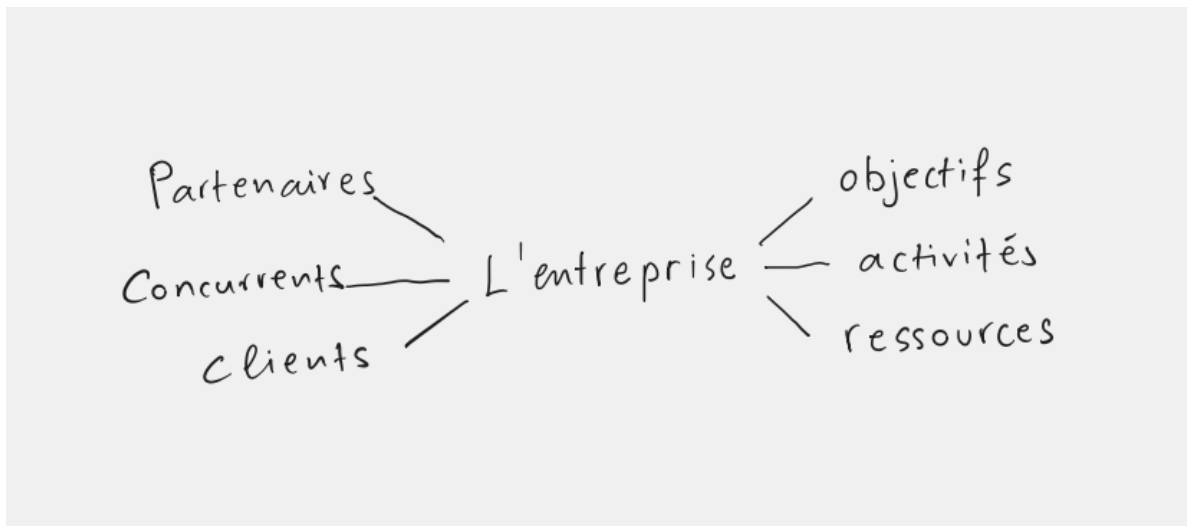
### **i** Termes difficiles à comprendre?

Commencez à établir vos listes des termes spécifiques aux affaires à l'aide des ressources suivantes:

- [Vocabulaire francophone des affaires](#)
- [Le dico de l'éco](#)
- [La finance pour tous – dictionnaire](#)
- [Définitions – INSEE](#)

# Qu'est-ce qu'une entreprise? (Activités à faire en classe)

## Diagramme



Une entreprise est une organisation qui produit des biens ou des services pour répondre à des besoins des clients et réaliser un profit. Elle se trouve ainsi au milieu d'un écosystème dans lequel elle doit trouver son équilibre et prospérer.

Il y a d'un côté ses objectifs stratégiques qui définissent ses activités et lui permet de gérer ses ressources et de l'autre côté ses partenaires ses concurrents et ses clients qui l'aident à se développer et à trouver sa place dans le marché.

En groupes: continuez à élaborer le diagramme afin de le complétez, avec les éléments ci-dessous. (Faites votre diagramme à la main et comparez-le avec celui d'un autre groupe.)

### Financières

- Le capital
- Les emprunts
- Les subventions

- Créer de la valeur ajoutée
- Développer son activité
- Innover et se différencier
- Respecter les normes sociales et environnementales

#### Matérielles

- Les machines
- Les équipements
- Les locaux
- Offrent des produits ou des services similaires
- Influencent le comportement des clients et les prix du marché

#### Production

- Transformer de la matière première
- Contrôler la qualité
- Gérer les stocks

#### Commercialisation

- Analyser le marché
- Définir le prix
- Promouvoir le produit
- Distribuer le produit

#### Gestion

- Planifier les tâches
- Organiser les ressources
- Diriger les équipes
- Contrôler les résultats

#### Immatérielles

- La marque
- Le savoir-faire
- Les brevets

- Fournisseurs: Livrent les matières premières et les services nécessaires à la production
- Banques: Prêtent de l'argent et gèrent les comptes de l'entreprise.
- État: Réglemente et contrôle l'activité de l'entreprise. Prélève des impôts et des taxes.
- Particuliers: Achètent les produits ou les services pour leur usage personnel
- Professionnels: Achètent les produits ou les services pour les revendre ou les intégrer

#### Humaines

- Les employés
- Les dirigeants
- Les actionnaires

## Vocabulaire utile

Avec un partenaire associez les termes de la liste avec les définitions ci-dessous.

### Liste des termes

- boîte:
- verser des salaires:
- payer des impôts:
- chiffre d'affaires:
- contribuable:
- découvrir quelque chose à fond:
- production:
- valeur ajoutée:

### Définitions

- la richesse nouvelle produite par l'entreprise lors du processus de production qui pourra être répartie sous forme de revenus
- lieu de travail, entreprise
- verser une somme obligatoire et sans contrepartie aux administrations publiques et aux institutions afin de contribuer au financement de ressources (biens ou services) d'utilité générale.
- personne assujettie au paiement de l'impôt; personne qui doit contribuer aux dépenses publiques
- action de créer ou de transformer des biens, ou d'assurer des services
- rémunérer ses employé.e.s
- apprendre toute l'affaire de quelque chose, ses tenants et ses aboutissements<sup>1</sup>
- correspond à la somme des ventes de marchandises, de produits fabriqués, des prestations de services et des produits des activités annexes.

---

<sup>1</sup>the ins and outs

## Le classement des entreprises

Quels sont les deux critères les plus courants de classement des entreprises?

Regardez [le graphique de cette page](#) sur le nombre des entreprises classées par taille. Interpréter le graphique en groupe avant de partager votre interprétation avec la classe.

## L'organisation d'une entreprise

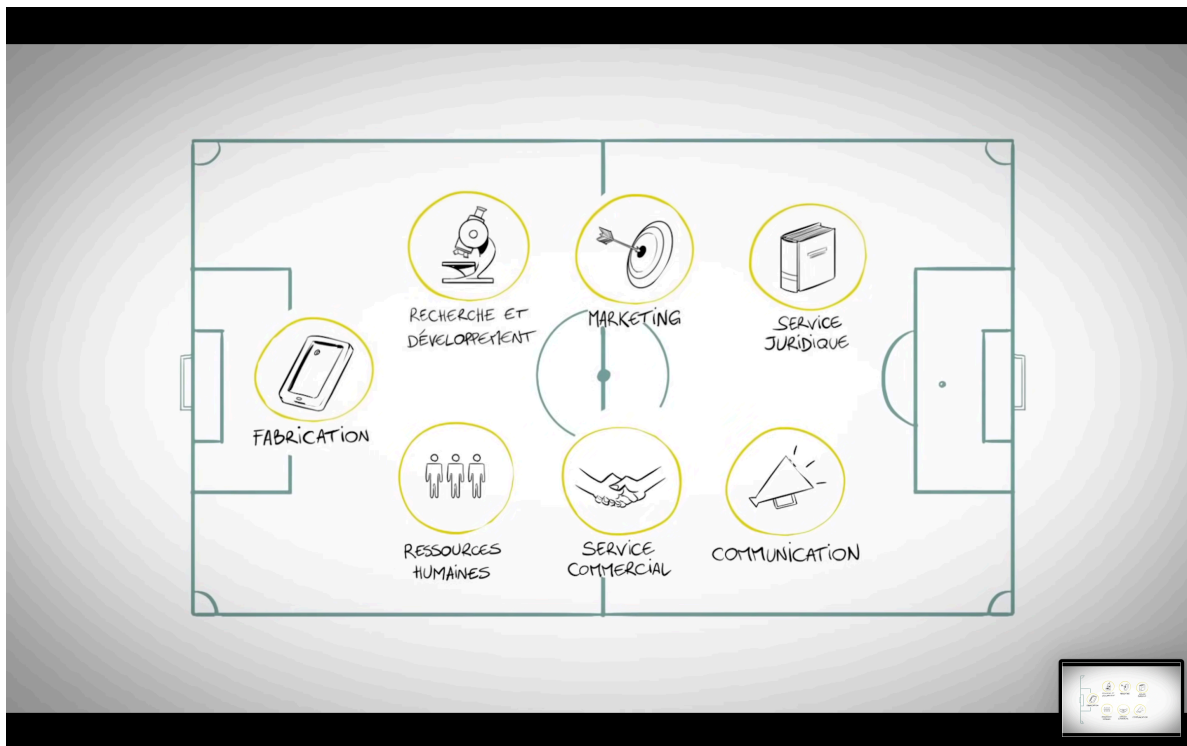


Figure 1: le fonctionnement d'une entreprise

Dans la [la vidéo](#) Martin décrit l'ensemble des activités de son entreprise avec 7 fonctions en commençant par la fabrication.

En groupes, expliquez brièvement le rôle de chaque fonction, avant de partager avec la classe.

- Y a-t-il des fonctions qui manquent dans ce schéma?

- Trouver la fonction dans laquelle travaillent les métiers suivants: un/e avocat/e, un/e graphiste, un/e agent commercial, un/e directeur/e RH, un/e ingénieur/e chimiste, chargé/e de communication, responsable de la promotion des ventes, web-master, illustrateur/rice, chef/fe d'atelier, comptable, un/e cadre (*executive*).
- À votre avis dans quelle fonction travaille Martin lui-même?
- À votre avis, comment on prend des décisions chez Martin Plastic?
  - ☐ Tous les employés de toutes les fonctions prennent les décisions ensemble
  - ☐ C'est Martin seul qui prend les décisions
  - ☐ Les décisions sont prises à des niveaux différents. (ex. Décisions stratégiques, décisions tactiques, décisions opérationnelles.)

Pouvez-vous imaginer un organigramme plus complet de l'entreprise Martin Plastic?

## Fiche d'identité

En tant que consommateurs, des entreprises on connaît souvent leurs logos (leur identité visuelle) et bien sûr leurs produits. Mais il est rare de connaître la fiche complète de leur identité. La fiche d'identité d'entreprise rassemble des informations concernant le fonctionnement d'une entreprise, son activité ainsi que son nom légal et ses coordonnées.

Malgré la grande diversité du monde des entreprises, quelques éléments communs constituent la trame d'une fiche d'identité de société. La plupart de ces informations sont disponibles gratuitement sur Internet (voir par exemple le site [verif.com](http://verif.com)). Aux informations de cette liste, on peut également ajouter l'identité visuelle d'une entreprise, notamment son logo.

On y trouvera la plupart du temps :

- *le nom de la société*
- *sa forme juridique*
- *son numéro SIRET ou SIREN et code NAF*
- *la date de sa création*
- *l'adresse de son siège social*
- *ses coordonnées : numéro de téléphone, email et site Internet*
- *son secteur d'activité*
- *son implantation et son rayonnement en France*
- *le nombre de salariés*
- *son chiffre d'affaires annuel*



Figure 2: Les logos de quelques entreprises Françaises connues

- *les projets en cours ou à venir*

**Voici un exemple de fiche d'identité de l'entreprise JCDecaux:**

- Nom de la société : JCDECAUX France
- Forme juridique : SAS
- Numéro SIRET : 622 044 501 00139
- Code NAF : 7312Z / Régie publicitaire de médias
- Date de sa création : 01/07/1984
- Adresse de son siège social : Avenue Sainte Apolline – 78370 Plaisir et Ventes / Marketing au 17 rue Soyez – 92200 Neuilly-sur-Seine
- Coordonnées : <https://www.jcdecaux.fr> et 01 30 79 79 79
- Secteur d'activité : Publicité et études de marché
- Implantation et rayonnement : leader en France et présent dans 80 pays
- Nombre de salariés : 3 800 en France
- Chiffre d'affaires annuel : 3 890,2 M€ en 2019

Avec un partenaire complétez les fiches d'identité d'une des entreprises dont le logo se trouve à l'image précédente. Trouvez les informations qui manquent sur le site [verif.com](https://www.verif.com).

- *le nom de la société*



- *sa forme juridique*
- *son numéro SIRET ou SIREN et code NAF*
- *la date de sa création*
- *l'adresse de son siège social*
- *ses coordonnées : numéro de téléphone, email et site Internet*
- *son secteur d'activité*
- *son implantation et son rayonnement en France*
- *le nombre de salariés*
- *son chiffre d'affaires annuel*
- *les projets en cours ou à venir*

## Discussion

Lisez les deux définitions de l'entreprise et discutez des mots clés que vous y voyez et de leurs points communs.

**1e définition** L'entreprise est la plus petite combinaison d'unités légales qui constitue une unité organisationnelle de production de biens et de services jouissant d'une certaine autonomie de décision, notamment pour l'affectation de ses ressources courantes.

**2e définition** Réunion de personnes et de capitaux pour accomplir un projet de réalisation de prestations<sup>2</sup> ou de production de produits destinés à être vendus à des clients sur un marché concurrentiel, dans un secteur d'activité donné. Les entreprises peuvent prendre diverses formes de la société anonyme à l'entreprise individuelle. Pour avoir une activité durable, une entreprise a besoin de générer des profits et d'investir. L'entreprise verse des salaires à ses employés, des dividendes à ses actionnaires, des impôts à l'État et aux collectivités territoriales. C'est un acteur économique essentiel qui participe à la création et la redistribution de richesses.

Lisez l'extrait suivant et répondez à la question.

il y a entreprise dès que des personnes mobilisent leur talent et leur énergie, rassemblent des moyens matériels et de l'argent pour apporter un produit ou un service à des clients.

La description ci-dessous ressemble au processus créatif en général. Les artistes aussi "mobilisent leur talent et leur énergie, rassemblent des moyens matériels et de l'argent

<sup>2</sup>Tâche qu'on exécute en vertu d'un contrat.

[...] pour produire leurs œuvres qui sont ensuite exposées/partagées/vendues. Qu'est-ce qui distingue selon vous la création artistique et la création des biens et des services?

# La désindustrialisation à la française (Lire en autonomie)

Réindustrialiser la France, c'est l'un des axes majeurs<sup>1</sup> du plan de relance<sup>2</sup>. On part de loin, la France est le pays de l'Union européenne qui s'est le plus désindustrialisé<sup>3</sup> depuis les années 70. Quelles sont les causes spécifiquement françaises de ce phénomène ?

“Depuis quelques mois, le textile est en crise. Réductions d'horaires<sup>4</sup>, fermeture d'ateliers, d'usines même. De mois en mois, on espère la relance...” [Extrait du journal télévisé en avril 1965](#). La relance évoquée à l'époque n'est que commerciale, saison du blanc, printemps... et le textile fait alors vivre [plus de 500 000 personnes en France](#).

50 ans plus tard, ce chiffre a été divisé par 5. Ce déclin aura concerné tous les secteurs industriels. De 5 millions 700 000 personnes employées dans l'industrie en 1974, on est passé à un peu plus de 3 millions en 2019.

La désindustrialisation est un phénomène mondial. Même la Chine et l'Allemagne, les deux premières puissances industrielles du monde, ont vu la part de l'industrie baisser dans ce qui est produit sur leur sol.

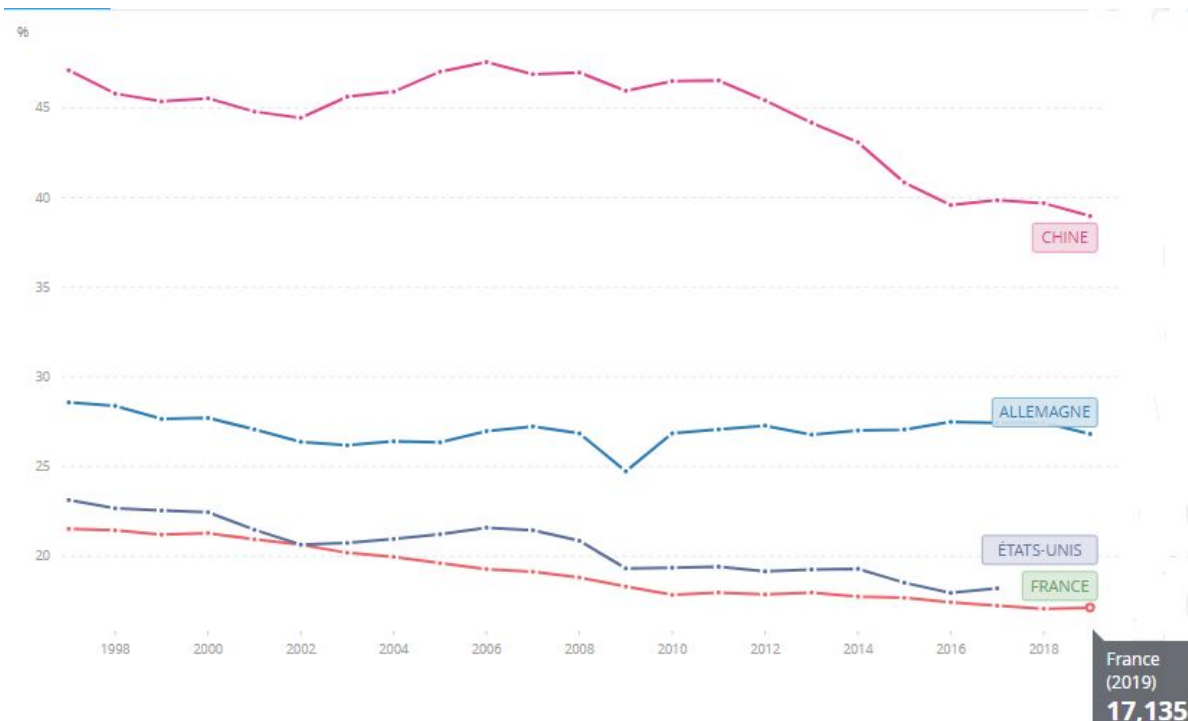
---

<sup>3</sup>lignes directrices principales

<sup>3</sup>plan de renaissance économique

<sup>3</sup>ayant perdu son secteur industriel

<sup>4</sup>diminution des heures de travail



Part de l'industrie dans le Produit Intérieur Brut<sup>5</sup> comparé entre la Chine, l'Allemagne, les États-Unis et la France.

Cela s'explique aisément<sup>6</sup> :

- la demande de service est depuis 20 ans sur la piste ascendante<sup>7</sup>,
- les gains de productivité sont plus importants dans l'industrie que dans le tertiaire<sup>8</sup>,
- l'industrie a beaucoup externalisé<sup>9</sup>, c'est à dire transféré à des prestataires extérieurs tout un tas d'activité, comme le ménage, la sécurité, la communication etc...

<sup>5</sup>PIB (GDP) mesure de l'activité économique d'un pays

<sup>6</sup>facilement, sans difficulté

<sup>7</sup>La voie montante

<sup>8</sup>le secteur de l'économie qui n'est ni agricole ni industriel. Il y a 3 secteurs d'économie: Primaire, Secondaire, Tertiaire. **Le secteur primaire** regroupe l'ensemble des activités dont la finalité consiste en une exploitation des ressources naturelles : agriculture, pêche, forêts, mines, gisements. Parfois les industries extractives sont classées dans le secteur secondaire. **Le secteur secondaire** regroupe l'ensemble des activités consistant en une transformation plus ou moins élaborée des matières premières comme les industries manufacturières, mais également la construction. **Le secteur tertiaire** se définit par complémentarité avec les activités agricoles et industrielles (secteurs primaire et secondaire). Il se compose du tertiaire principalement marchand (commerce, transports, activités financières, services rendus aux entreprises, services rendus aux particuliers, hébergement-restauration, immobilier, information-communication) du tertiaire principalement non-marchand (administration publique, enseignement, santé humaine, action sociale). [Source](#)

<sup>9</sup>L'industrie a confié beaucoup de ses activités à d'autres entreprises qu'on appelle sous-traitantes.

La France ne fait pas exception à ces tendances, mais si on la compare aux autres pays de l'Union Européenne, la désindustrialisation y a été plus forte.

Quand on prend l'ensemble de la production industrielle de la zone euro, ce qui exclu les anciens pays du bloc communiste où les salaires sont bien inférieurs, [la part que représente l'industrie française a baissé de 4 points](#), celle l'Italie 2 points, l'Espagne est quasi stable, et l'Allemagne a elle gagné 5 points.

Aujourd'hui l'industrie pèse un quart du Produit Intérieur Brut européen<sup>10</sup>, [21% en Allemagne, 20% en Italie, 13% en France](#). Si on prend l'activité manufacturière, c'est à dire sans l'industrie lourde et extractive, c'est 10%.

## Salaires élevés et productivité la plus élevée de la zone euro

Pourquoi le déclin de l'industrie a-t-il été plus fort en France que chez nos voisins qui partagent la même monnaie<sup>11</sup>, et peu ou prou<sup>12</sup> les mêmes standards sociaux<sup>13</sup> ?

**Première explication, la plus entendue : l'ouvrier ou l'ouvrière française sont trop chers.** Comparé au sud est asiatique, et même aux pays comme la Pologne, la Roumanie, la Bulgarie... c'est sûr. Comparé à l'Espagne, et l'Italie, c'est vrai aussi. Depuis 2000, sous l'effet notamment des 35 heures, le coût horaire de la main d'œuvre<sup>14</sup> a augmenté et pu pousser les industriels français à rogner<sup>15</sup> sur l'investissement ou d'innovation... ce qui peut expliquer qu'ils se soient fait distancer par leurs voisins. L'industrie est le secteur le plus exposé à la concurrence<sup>16</sup> internationale. Il représente encore les trois quarts des exportations françaises.

Mais premier bémol<sup>17</sup>, [l'augmentation de la productivité a été bien plus forte en France qu'en Allemagne](#), en Espagne et en Italie depuis les années 2000. Cette "surproductivité" fut aussi un facteur important de destruction d'emplois, et elle a en partie compensé l'augmentation des coûts salariaux.

"Dans l'industrie, au cours des années 2000 et jusqu'en 2006, la productivité a évolué en France à un rythme supérieur d'environ 6 points à celui de la zone euro. Cet écart d'évolution avec la zone euro s'est encore accentué depuis, pour atteindre 13 points en 2018." [Direction du Trésor](#).

---

<sup>10</sup>Un quart de l'économie européenne est constitué par l'industrie.

<sup>11</sup>Unité monétaire: dollar, euro, etc

<sup>12</sup>Plus ou moins

<sup>13</sup>droits et avantages sociaux obtenus par les travailleurs

<sup>14</sup>La rémunération horaire des employés

<sup>15</sup>couper, réduire

<sup>16</sup>Compétitivité sur le marché

<sup>17</sup>limitation

Figure 1.1: Industry share of total value added by region (% , 2013)

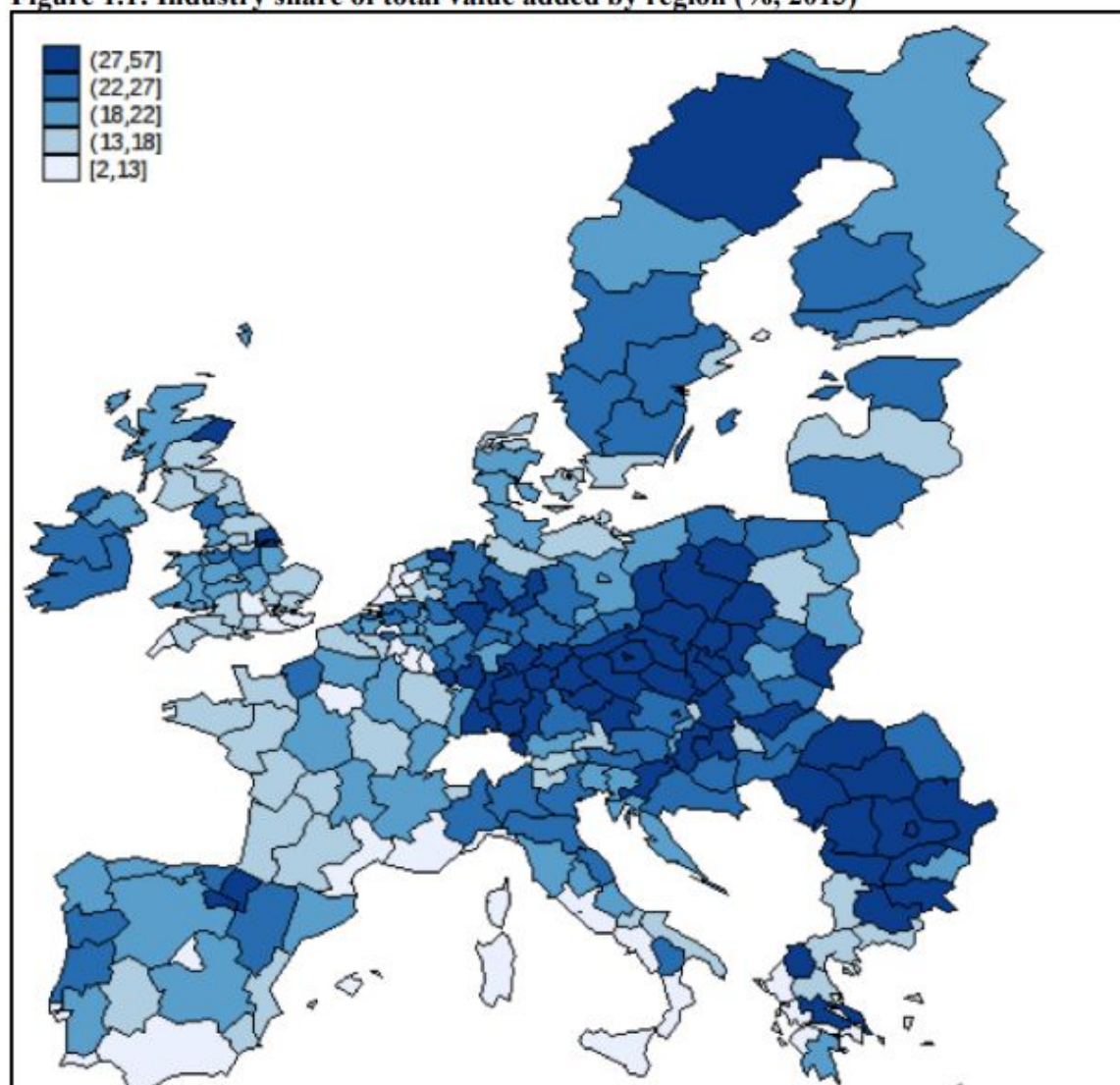
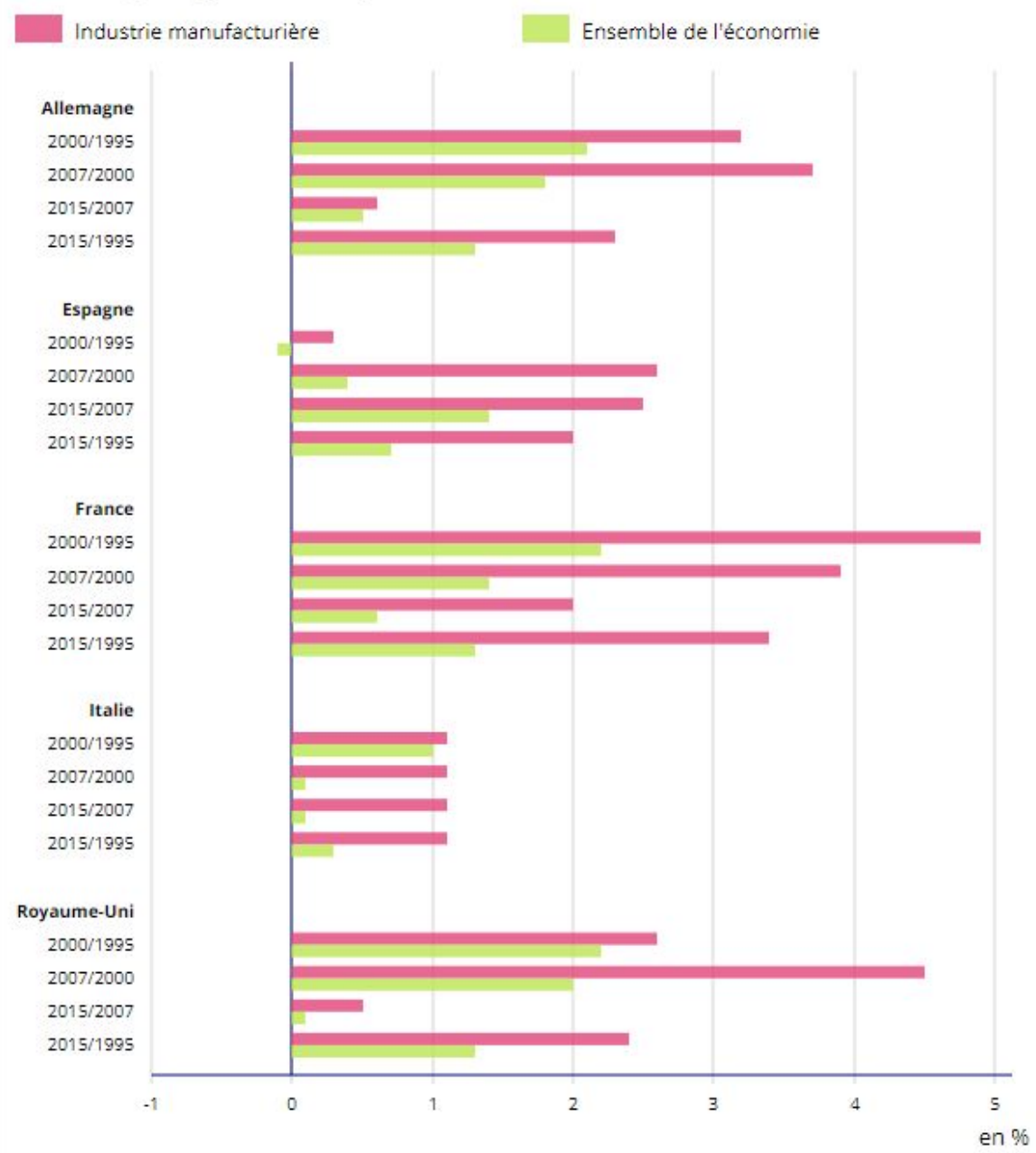


Figure 1: Part de l'industrie dans la valeur ajoutée par région européenne

**Figure 3 - Évolution des productivités horaires de l'industrie manufacturière et de l'ensemble de l'économie (en moyenne annuelle)**



Source : Eurostat, comptes nationaux, base 2010.

Figure 2: Les 35 heures ont augmenté les coûts salariaux, mais elles ont aussi été un moyen de réorganiser le travail et d'augmenter la productivité.

Les 35 heures<sup>18</sup> ont augmenté les coûts salariaux, mais elles ont aussi été un moyen de réorganiser le travail et d'augmenter la productivité.

Deuxième bémol, les coûts salariaux ne représentent que 16% des coûts finaux dans l'industrie, et depuis 2013, ils ont été réduits par le biais<sup>19</sup> des allègements de cotisations<sup>20</sup>. Et puis, si on se tourne vers l'Allemagne, le coût du travail manufacturier y est toujours plus élevé que chez nous.

**■ Coût horaire de la main-d'œuvre\* dans l'industrie manufacturière**

En €/h

	France	Allemagne	Espagne	Italie	Zone euro
2001	25,6	28,4	14,9	18,4	22,5
2004	28,5	30,3	17,1	20,4	24,6
2008	32,0	32,5	20,3	23,4	27,4
2012	35,7	35,0	22,4	26,7	30,2
2016	37,6	38,4	22,8	27,1	32,2
2017	38,2	39,1	22,9	27,1	32,7
2018 - 2 <sup>e</sup> trimestre	39,1	39,8	23,1	27,7	33,3

\* salaires, charges et taxes nettes des subventions liées à la masse salariale ou à l'emploi.  
Source : Eurostat, enquête ECMO 2012 et ICT, coûts totaux.

Figure 3: Chiffres clés de l'industrie manufacturière en 2018.

Chiffres clés de l'industrie manufacturière en 2018.

Les salaires ne sont donc pas le seul facteur explicatif. Alors quoi d'autre ?

**Les impôts de production ! s'écrient les industriels depuis des années.** Ils représentent en France 2% du PIB, contre 0.5% en Allemagne, ou 1% en Espagne. Ce sont des coûts fixes<sup>21</sup>, et cela rend donc la concurrence peu équitable. D'où la décision du gouvernement de réduire ces impôts de production.

Salaires, impôts, cela suffit-il pour expliquer la déroute industrielle française ? Non. Il y a aussi des facteurs politiques, sociétaux, et thèse plus rarement entendue, le poids des multinationales dans l'économie française.

C'est le Centre d'étude et de prospective d'informations internationales qui fait cette hypothèse dans une étude nommée : [L'étonnante atonie des exportations françaises](#) (janvier 2019).

**En France, le poids des multinationales est plus grand que chez nos voisins**, or entre 2007 et 2014, leurs effectifs à l'étranger ont augmenté de 60%, deux fois plus que pour

<sup>18</sup>Une réforme mise en place en 2000 qui fait la Réduction du Temps de Travail (RTT) hebdomadaire d'un travailleur à temps plein en 35 heures.

<sup>19</sup>par l'intermédiaire, via

<sup>20</sup>Baisse des cotisations sociales

<sup>21</sup>Dépenses permanentes



les multinationales allemandes et italiennes. Ces emplois ne se sont pas forcément substitués aux emplois en France, reconnaissent les chercheurs qui ont mené cette étude, mais ils remarquent que dans les années 2000 pour l'automobile, 10% des voitures vendues en France étaient produites à l'étranger, en 2016, c'était 50%. En Allemagne, on est passé dans le même temps de 15 à 25%.

Nos fleurons industriels<sup>22</sup> manqueraient-ils de patriotisme ? Ont-ils été séduits par cette vision de l'ancien patron d'Alcatel Serge Tchuruk de l'entreprise sans usine ? (on disait aussi *fabless*). Si la crise du coronavirus a pu susciter des espoirs de changement, que Renault annonce mi juillet qu'il produirait en Chine un petit véhicule électrique, destiné au marché français... fut la première douche froide<sup>23</sup>.

L'hebdomadaire Marianne a fait les comptes des emplois créés en dehors de France par les entreprises du CAC 40<sup>24</sup> ces dernières années.

“Au cours de ces dix dernières années seulement (2008-2018), les groupes du CAC 40 ont réduit de 150 000 personnes le nombre de leurs salariés en France (...) Dans le même temps, les mêmes parviennent à augmenter de 4 % leurs effectifs dans le monde et de 52 % dans les pays émergents (+ 466 000 salariés). [Comment le CAC 40 largue la France](#). Marianne, 31 octobre 2019.

## Germinal et le 7e plan

Autre explication possible, **l'image très négative véhiculée par l'industrie en France**. Pierre Musso<sup>25</sup>, auteur de la Religion industrielle, considère que la France est “allergique” à l'industrie car elle a en gardé une image très 19e siècle.

“Toute la littérature du XIXe siècle fut une réaction à l'industrialisation. Quand on pense industrie en France, on pense *Germinal*<sup>26</sup>, conditions de travail déplorables, exploitations. Avec un tel imaginaire en tête, on a pu considérer chez nous qu'il était souhaitable que les emplois industriels diminuent, et qu'on les remplace par des emplois de service.”

Et nos politiques ? Ont-ils manqué de vision ? Non, ils ont fait mieux, accusait un syndicaliste de la CFDT dans ce reportage télé de 1975, ils ont planifié la fin de certaines industries:

“La mort du textile est voulue ! Elle a été programmé par le gouvernement et le patronat<sup>27</sup> dans le 7e plan. Il suffit de lire ce 7e plan, et les mesures gouvernementales qui l'accompagnent pour se rendre compte !”

---

<sup>22</sup>Les entreprises phares de l'industrie, les meilleurs entreprises

<sup>23</sup>Choc désagréable

<sup>24</sup>Liste des 40 plus grandes entreprises françaises cotées en bourse.

<sup>25</sup>Pierre Musso. Docteur en sciences politiques, professeur en Sciences de l'information et de la communication à Télécom ParisTech.

<sup>26</sup>Livre d'Émile Zola

<sup>27</sup>l'ensemble des chefs d'entreprises

Le 7ème plan (1976-1980), [que vous pouvez lire ici](#), n’organisait pas la désindustrialisation, mais il tournait la page du soutien de l’État à l’industrie, sauf pour le militaire et le nucléaire.

“Le gouvernement évitera de modifier les conditions de la concurrence en distribuant des subventions<sup>28</sup> : la rentabilité se conquiert, elle ne se concède pas. (extrait du 7e plan)

Pierre Musso y voit le début du néolibéralisme<sup>29</sup> en France et du laisser faire. Il n’est pas le seul. “Le corps des mines s’est fait absorber par l’inspection des finances à partir des années 70”, décrit pour sa part David Cousquer, de l’institut Trendeo.

Finie la vision d’un état colbertiste, dirigiste et protectionniste, place à l’État qui ne pilote plus, mais accompagne les mutations économiques.

De ministère de plein exercice depuis quasi toujours, l’Industrie se retrouve sous la tutelle du ministre des finances en 1991, et de façon définitive à partir de 1997 au retour au pouvoir des socialistes dans le gouvernement de Lionel Jospin.

Tour à tour associée au commerce extérieur, à la recherche, à l’artisanat, l’industrie revient sur le devant de la scène sous le nom de ministère du redressement productif avec Arnaud Montebourg de 2012 à 2014, avant de disparaître totalement de l’intitulé des ministères à l’arrivée au pouvoir d’Emmanuel Macron.

Période révolue. L’industrie est revenue dans le gouvernement Castex, au rang de ministère délégué. Agnès Pannier Runacher peut désormais s’y consacrer à plein temps avec une équipe étoffée (4 ou 5 conseillers contre 1 auparavant) alors qu’auparavant elle devait s’occuper en même temps de l’artisanat, du commerce, de la consommation... ou plus récemment des discothèques.

“Nous traversons une tempête économique sans précédent. L’industrie ne doit pas être le ministère des problèmes mais le ministère des solutions, la solution pour une économie décarbonée, la solution sur les enjeux de souveraineté, la solution pour créer des richesses sur les territoires et des emplois pas seulement dans l’industrie mais dans les services autour d’elle, la solution pour l’inclusion des jeunes. Agnès Pannier-Runacher dans [l’Usine nouvelle](#).

Que l’industrie soit de nouveau incarnée par une ministre, c’est un signe politique : une condition sans doute nécessaire, mais pas suffisante pour faire de la réindustrialisation de la France une réalité. D’autant que dans les mois qui viennent, ce qui s’annonce, c’est la perte de milliers d’emplois, notamment industriels. Autant que la relance, Agnès Pannier Runacher va devoir gérer une nouvelle vague de désindustrialisation.

([Article paru sur le site de France Culture le Samedi 29 août 2020](#))

---

<sup>28</sup>soutien financier de l’État

<sup>29</sup>Doctrine économique et politique prônant la liberté des marchés, la réduction de l’intervention de l’État et la privatisation.

# Lexique 1

**axes majeurs** lignes directrices principales

**plan de relance** plan de renaissance économique

**désindustrialisé** ayant perdu son secteur industriel

**Réductions d'horaires** diminution des heures de travail

**Produit Intérieur Brut** PIB (GDP) mesure de l'activité économique d'un pays

**la piste ascendante** La voie montante

**le tertiaire** le secteur de l'économie qui n'est ni agricole ni industriel. Il y a 3 secteurs d'économie: Primaire, Secondaire, Tertiaire. **Le secteur primaire** regroupe l'ensemble des activités dont la finalité consiste en une exploitation des ressources naturelles : agriculture, pêche, forêts, mines, gisements. Parfois les industries extractives sont classées dans le secteur secondaire. **Le secteur secondaire** regroupe l'ensemble des activités consistant en une transformation plus ou moins élaborée des matières premières comme les industries manufacturières, mais également la construction. **Le secteur tertiaire** se définit par complémentarité avec les activités agricoles et industrielles (secteurs primaire et secondaire). Il se compose du tertiaire principalement marchand (commerce, transports, activités financières, services rendus aux entreprises, services rendus aux particuliers, hébergement-restauration, immobilier, information-communication) du tertiaire principalement non-marchand (administration publique, enseignement, santé humaine, action sociale). [Source](#)

**l'industrie a beaucoup externalisé** L'industrie a confié beaucoup de ses activités à d'autres entreprises qu'on appelle sous-traitantes.

**monnaie** Unité monétaire: dollar, euro, etc

**peu ou prou** Plus ou moins

**les mêmes standards sociaux** droits et avantages sociaux obtenus par les travailleurs

**la main d'œuvre** La rémunération horaire des employés

**rogner** couper, réduire

**la concurrence** Compétitivité sur le marché

**bémol** limitation

**Les 35 heures** Une réforme mise en place en 2000 qui fait la Réduction du Temps de Travail (RTT) hebdomadaire d'un travailleur à temps plein en 35 heures.

**par le biais** par l'intermédiaire, via

**cotisations sociales** prélèvements obligatoires sur les salaires pour financer les systèmes de protection sociale: santé, retraites, etc

**coûts fixes** Dépenses permanentes

**impôts** taxes

**les fleurons industriels** Les entreprises phares de l'industrie, les meilleurs entreprises

**la douche froide** Choc désagréable

**CAC 40** Liste des 40 plus grandes entreprises françaises cotées en bourse.

**le patronat** l'ensemble des chefs d'entreprises

**subvention** soutien financier de l'État

**néolibéralisme** Doctrine économique et politique prônant la liberté des marchés, la réduction de l'intervention de l'État et la privatisation.

**les enjeux** les conséquences importantes

# Parler en public – Apprendre à construire une présentation orale

## Objectifs

- Collecter des informations sur un sujet
- Structurer une prise de parole
- Apprendre à parler devant un public

## Types de discours oral

Il y a plusieurs types d'un discours prononcés en public.

- Présentation (ex. Présentation d'un produit, présentation d'un plan de marketing devant ses collègues pendant une réunion)
- Exposé (ex. l'exposé d'un étudiant devant la classe)
- Conférence (ex. un chercheur présente sa recherche devant un public de spécialistes)
- Conférence de presse (ex. le PDG d'une entreprise présente une nouvelle action de son entreprise)
- Un toast (ex. Pendant une fête de départ à la retraite d'un collègue, fête pour la réussite d'un projet, etc)

Indépendamment du type de discours et de son contexte, chaque prise de parole doit être structurée. Il faut avoir un plan, c'est-à-dire que le discours doit être organisé.

- Quel est l'objectif de votre intervention? De quel sujet traitez-vous?
- Est-ce que le sujet est bien connu par tout le monde ou est-ce qu'il faut faire une introduction préalable (ex. expliquer les termes clés)?
- Dans certains types de discours, outre<sup>1</sup> votre objectif, vous devez être en mesure de justifier le choix de votre sujet. Pourquoi l'avez-vous choisi? Est-il pertinent dans le contexte spécifique de votre discours? Comment est-ce que vous allez amener votre public à suivre votre raisonnement?
- Il faut donc utiliser un **lexique signalétique** pour aider votre public à vous suivre.

---

<sup>1</sup>en plus de

## Réfléchir au plan d'une intervention orale

Le plan consiste à la structure de votre discours. Un discours, selon son contexte, est souvent constitué de trois parties.

- Une introduction
- Un développement (selon la durée de l'intervention il y aura deux, trois, ou même plusieurs parties dans le développement de l'intervention)
  - Partie 1
  - Partie 2
  - Partie 3
  - etc
- Une conclusion

## Lexique signalétique

Se servir d'un lexique signalétique vous aide à structurer une succession des faits ou des idées, et à guider votre public à travers les parties de votre discours.

pour commencer, tout d'abord, en premier lieu, dans un premier temps

pour continuer, puis, ensuite, en second lieu, dans un second temps, par la suite

pour terminer, enfin, en dernier lieu, finalement

### Activité de groupe

Vous êtes dans une réunion professionnelle où vous devez présenter l'article sur la désindustrialisation en France. Vos collègues internationaux ne savent pas grand chose sur le sujet. Faites le plan d'une intervention orale. Votre objectif est de leur donner une idée d'ensemble. Il faut donc éviter les détails spécifiques qui nécessitent des explications supplémentaires.

- Quels sont les informations que vous devez absolument inclure dans votre discours?
- Quels sont les mots clés à expliquer à votre public?
- Quel graphique choisiriez-vous pour accompagner votre discours?
- Comment l'interpréteriez-vous?

# Parler en public – Discours modèle

## Présentation d'un discours modèle

### Introduction

#### 1. Présentation du sujet :

Bonjour à toutes et à tous, aujourd'hui nous allons parler de l'article [\*La désindustrialisation à la française\*](#) paru sur le site de France Culture le Samedi 20 août 2020. Cette article explore la désindustrialisation en France, un sujet économique et social majeur. Parce que si les effets de la désindustrialisation sont d'abord ressentis par les entreprises et leurs salariés, ils touchent également la prospérité des régions entières.

#### 2. Accroche :

Saviez-vous que la France, autrefois une puissance industrielle majeure, (pendant les Trentes Glorieuses) fait face à un déclin progressif de son secteur industriel? Cela soulève des questions importantes sur les raisons de ce phénomène et son impact sur l'économie du pays.

#### 3. Objectifs de la présentation :

Dans cette mini-présentation de l'article, je vais brièvement aborder les raisons qui sont à l'origine du déclin de l'industrie Française ainsi que les conséquences sur le marché du travail et l'économie. Enfin, selon l'article, un faible espoir renaît dernièrement avec le monde politique qui s'intéresse à nouveau à l'industrie. Mais cet intérêt produira-t-il des stratégies efficaces pour inverser cette tendance?

### Développement

#### 1. Points clés de l'article :

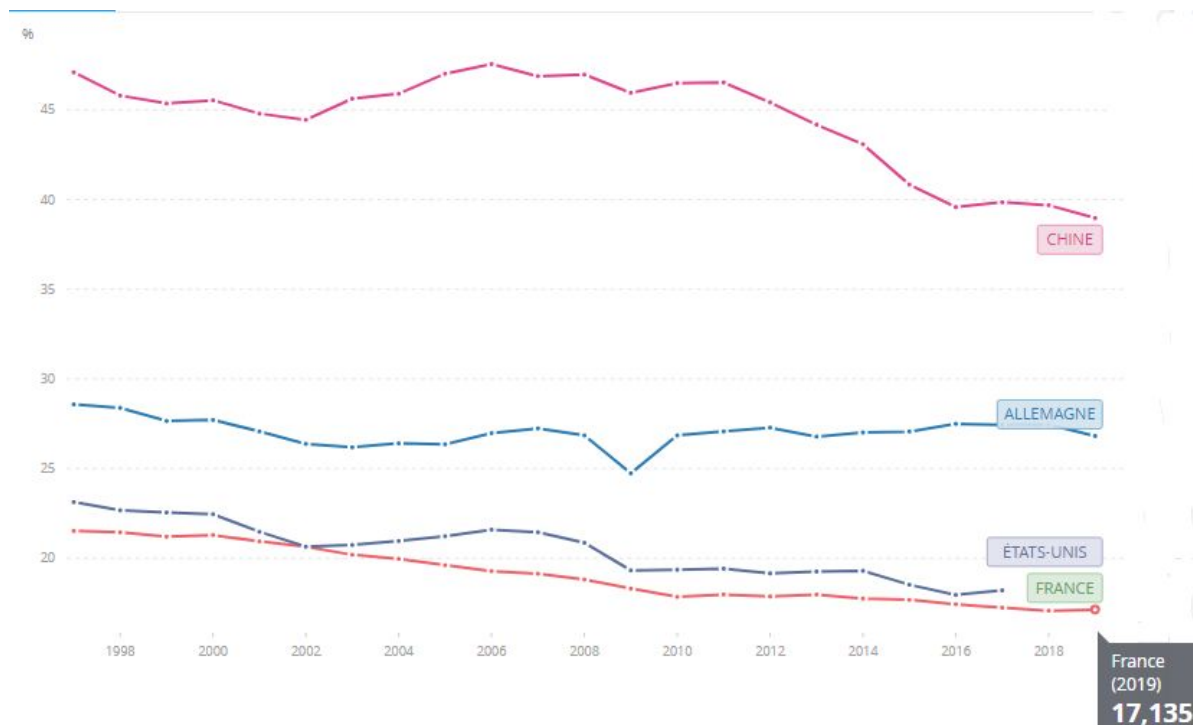
L'article met l'accent sur plusieurs facteurs clés qui contribuent à la désindustrialisation en France, notamment la mondialisation, l'augmentation de l'économie des services, et les politiques économiques.

#### 2. Analyse et discussion :

Ces facteurs ont influencé la structure économique du pays. Par exemple, la mondialisation a entraîné la France à une concurrence inégale avec des pays où la main d'œuvre est moins chère. Comme conséquence le nombre des salariés qui travaillent dans l'industrie a chuté dramatiquement les 50 dernières années: De 5 millions 700 000 personnes employées dans l'industrie en 1974, on est passé à un peu plus de 3 millions en 2019.

Il faut signaler que ce phénomène n'est pas unique à la France mais qu'il s'agit d'une tendance mondiale. Même des pays comme la Chine et l'Allemagne ont vu leur industrie perdre du terrain<sup>1</sup> mais ils ont su aussi limiter les dégâts<sup>2</sup>.

### 3. Explication d'un graphique:



Part de l'industrie dans le Produit Intérieur Brut<sup>3</sup> comparé entre la Chine, l'Allemagne, les Etats Unis et la France.

Regardons ce graphique tiré de l'article, qui montre la part de l'industrie dans le Produit Intérieur Brut (PIB) de différents pays. Comme on peut le voir la France tient la dernière position dans ce classement avec une trajectoire en baisse constante. Loin de son heure de gloire pendant les Trente Glorieuses (années 45-75) l'industrie Française actuellement ne fait que le 13% du PIB et elle risque bientôt de toucher le fond.

<sup>1</sup>diminuer

<sup>2</sup>réduire l'ampleur ou l'impact négatif d'une situation

<sup>3</sup>PIB (GDP) mesure de l'activité économique d'un pays.



#### 4. Implications pratiques :

Cette évolution a des conséquences directes sur le marché de l'emploi en France, notamment sur les régions industrielles où le chômage est à la hausse. Est-ce que l'innovation technologique pourra aider ces régions dévastées par le chômage à retrouver le chemin de la croissance?

#### Conclusion et interaction

##### 1. Résumé des points essentiels :

Pour résumer, la désindustrialisation en France est un sujet à multiples facettes avec des répercussions considérables sur l'emploi et la croissance économique.

##### 2. Perspectives futures et discussion :

Bien que le défi soit de taille<sup>4</sup>, un plan de relance se met déjà en place mais suffira-t-il pour revitaliser le secteur industriel?

Voilà, je finis sur cette question qui pourra lancer notre discussion.

---

<sup>4</sup>le défi est considérable

# Parler des données chiffrées (À faire en classe)

## Objectifs

- Commenter et comparer des données chiffrées ou des graphiques
- Se servir d'un lexique approprié sur des variations de quantité

## MISE EN ROUTE

- Quelle est la situation du marché automobile européen (selon [la vidéo](#), voir la transcription ci-dessous) ?
- Quelles informations peut-on donner pour présenter un marché?
- Quels mots peut-on utiliser pour commenter des données chiffrées?

## Transcription de [la vidéo](#)

Le Journal de l'économie du 18 février 2020 - TV5MONDE

**Demet Korkmaz, journaliste :** Le Journal de l'économie sur TV5MONDE. Bienvenue à tous ! C'est un phénomène européen: le marché de l'automobile **est en repli**. Les changements réglementaires expliquent en grande partie cette **chute**. Depuis le début de l'année, l'Union européenne oblige effectivement les constructeurs à limiter leurs émissions de CO2, sous peine de lourdes amendes. D'autres, par les incertitudes liées au Brexit, ont également pesé. Si bien qu'en janvier, **les ventes ont reculé de 7,5 %**. Sur les principaux marchés européens, la France souffre particulièrement de ce contexte et enregistre le plus **fort repli**: **moins 13,4 %**, c'est deux fois plus que l'Allemagne, **en recul de 7,3 %**. L'Italie résiste mieux: 5,9 %, c'est en-dessous de la moyenne européenne. Vendredi dernier, la directrice de Renault avait annoncé n'avoir aucun tabou vis-à-vis d'éventuelles fermetures d'usines en France. Le groupe a enregistré une perte nette de plus de 140 millions d'euros. L'annonce suscite quelques inquiétudes. Bruno Lemaire, en déplacement à Bruxelles, a tenté de rassurer les salariés des sites français.

**Bruno Lemaire, ministre français de l'Économie :** Renault est une très belle entreprise française, c'est un des géants de l'industrie automobile mondiale. Il fait face, comme tous les constructeurs automobiles mondiaux, à des défis absolument considérables

avec le véhicule électrique et le véhicule connecté. Et nous serons très vigilants, je le redis, sur la préservation de l'emploi et des sites industriels en France.

## BOITE À OUTILS

- Pour commenter des données chiffrées, que peut-on dire ?
- Complétez votre boîte à outils (page suivante).

## EN SITUATION!

Vous travaillez pour *Boksys*, fabricant de batteries pour le secteur automobile.

Votre responsable financier vous demande de rédiger un bref rapport sur l'évolution du marché des voitures électriques à partir des graphiques dont vous disposez.

1. Observez les graphiques disponibles ci-dessous:
2. Complétez la rédaction du rapport. Sélectionnez les informations qui correspondent aux graphiques en cochant les bonnes réponses.

### Analyse du marché de la voiture électrique

Depuis 2005, le marché international de la voiture électrique

- ☐ stagne.
- ☐ est en progression constante.
- ☐ affiche un léger repli.

D'ailleurs, entre 2016 et 2019, les ventes de véhicules électriques ont presque

- ☐ doublé.
- ☐ triplé.
- ☐ quadruplé.

Ainsi, en 2019, les ventes

- ☐ s'élèvent à
- ☐ dépassent
- ☐ approchent

8 millions de véhicules.

L'analyse des chiffres en Europe montre que, avec près de la moitié des personnes sondées, l'Espagne est le pays qui comptabilise

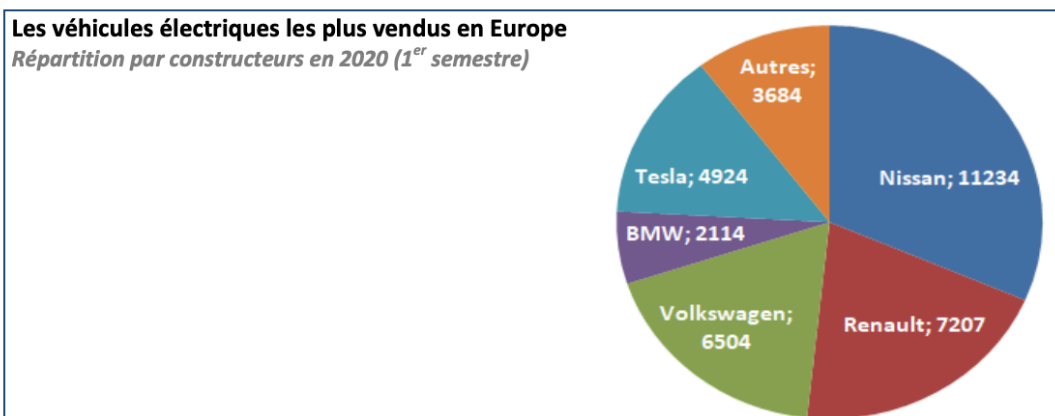
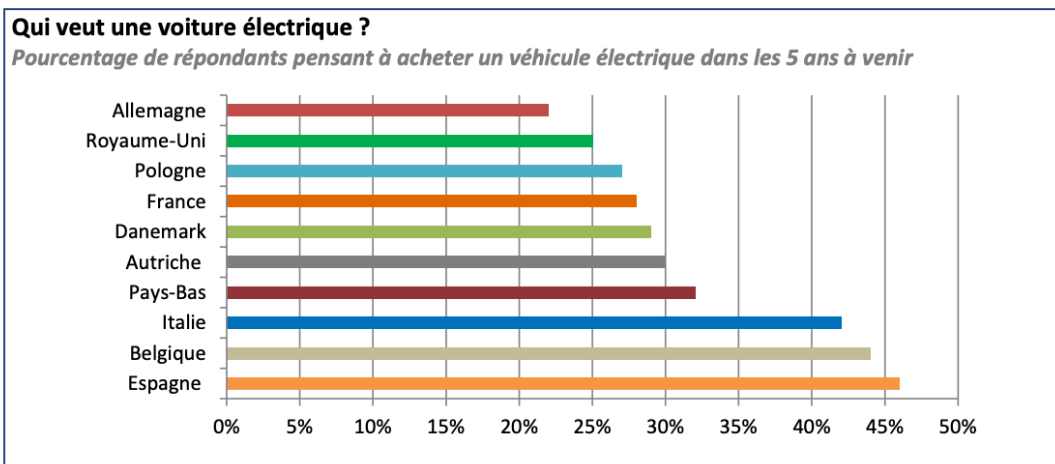
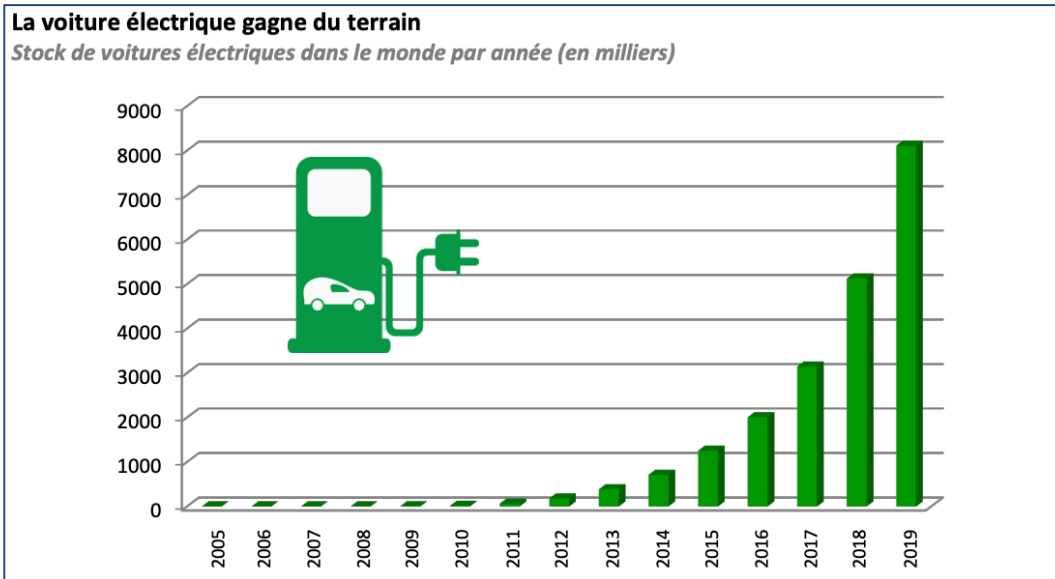


Figure 1: Les trois graphiques à commenter

- ☐ autant
- ☐ le plus
- ☐ le moins

d'acheteurs potentiels de voitures électriques.

En comparaison, l'Allemagne comptabilise à peu près

- ☐ autant
- ☐ deux fois plus
- ☐ deux fois moins

d'acheteurs potentiels.

Concernant les ventes des principaux constructeurs de véhicules électriques pour le premier semestre 2020, c'est le japonais Nissan qui enregistre

- ☐ le même nombre
- ☐ le plus grand
- ☐ le plus petit

de ventes.

Enfin, si l'on compare les trois grands constructeurs européens, on note que Volkswagen enregistre des ventes

- ☐ égales
- ☐ supérieures
- ☐ inférieures

à celles de Renault,  
mais

- ☐ égales
- ☐ supérieures
- ☐ inférieures

à celles de BMW.

# Parler des données chiffrées (À faire en classe)

## Objectifs pédagogiques

- Apprendre à collecter des informations sur un sujet
- Interpréter un graphique avec un lexique approprié
- Structurer et présenter un discours oral en suscitant la curiosité du public.
- Présenter l'argument de l'article de façon claire et convaincante.
- Provoquer la discussion et répondre aux questions du public.

## Description et informations pratiques

Dans un milieu professionnel, on est souvent chargé à faire des présentations basées sur des informations qu'on doit collecter et interpréter. Ces informations incluent des tableaux statistiques et des graphiques. Comme exemple, j'ai fait [une présentation modèle](#) basée sur l'article "La désindustrialisation à la française."

Imaginez que vous êtes dans une reunion professionnelle et que vous devez faire une présentation, afin d'informer vos collègues à propos d'un sujet de l'actualité économique et entrepreneuriale du monde francophone. Trouvez un article sur un sujet de votre choix, lisez-le attentivement jusqu'à ce que vous l'ayez entièrement compris. **L'article doit contenir un graphique.**

Voici une liste (non exhaustive) des publications de la presse économique en ligne où vous pouvez effectuer vos recherches:

- [Afrique XXI](#)
- [Orient XXI](#)
- [Harvard Business Review France](#)
- [JDN : E-business, FinTech, Big Data, IoT, tendances média, décideurs...](#)
- [RFI : L'actualité économique mondiale en direct](#)

- Maddynews : Le média pour comprendre l'économie de demain
- L'observatoire des inégalités
- <https://fr.statista.com/>

## Présentation

Le moment de la présentation levez-vous, présentez-vous devant votre public et prenez la parole avec confiance. Assurez-vous que tout le monde dans la salle peut vous attendre. Vous aurez **5 minutes pour votre présentation.**

### D'abord identifiez le document

Vous devez faire un repérage des informations essentielles. Pour cela, vous pouvez commencer par répondre à quelques questions:

- **De quel type de document s'agit-il?**
  - Il s'agit d' *un article / une émission / une publicité / un texte littéraire / etc.* de type *informatif / descriptif / argumentatif / narratif / injonctif etc.* à visée *informative / descriptive.*
  - C'est *un article / une émission / une publicité / un texte littéraire / etc.* dont le but est de *informer / décrire / etc.*
  - Il s'agit *un article / une émission / une publicité / un texte littéraire / etc.* dont la finalité est de *informer / décrire / etc.*
- **Où et quand est-il publié?**
  - L'article est paru *dans le journal Le Monde en novembre 2012 / dans Libération du 10 avril 2006 / dans Le nouvel Obs en 1960.*
  - L'article a été publié *dans le journal Le Monde en novembre 2012 / dans Libération du 10 avril 2006 / dans Le nouvel Obs en 1960.*
  - L'article est extrait *du site Internet de l'INSEE et daté de 2014.*
  - L'article est tiré *du journal Le Parisien et est daté de mars 2009.*
- **Quel est le titre?**
  - L'article s'intitule « ... »
- **Quelle est sa composition?**

- L'article est composé de *3 parties / 2 grandes sections / de plusieurs fragments / etc.*
- L'article comprend *3 parties / 2 grandes sections / de plusieurs fragments / etc.*
- Le texte est accompagné d' *un schéma / un graphique / une illustration / une photo / un graphique / un dessin etc.*

## Contextualisation

Il est essentiel que vous puissiez situer le document dont vous parler dans un contexte plus large. Cela vous aidera pour l'approfondissement.

Cibler le sujet et les enjeux

Résumez l'article et ciblez avec clarté le(s) sujet(s) et les enjeux du texte. Pour ce faire il faut trouver et suivre ses articulations logiques, les exemples donnés etc.

Voici une série de questions utiles pour parvenir à condenser et simplifier l'article, en étant moins précis sur certains points:

- Quel est *le but / la finalité* de cet article?
- À qui s'adresse-t-il?
- Quelles sont les questions sous-jacentes?
- À ce stade, on laisse de côté les anecdotes, ou les chiffres, pour aller à l'idée essentielle qu'ils sont censés illustrer.

## Après le résumé on approfondit avec des exemples.

Dans cette étape on s'intéresse aux **mots-clés**, et aux **représentations graphiques** de l'article.

- Est-ce qu'il y a des mots spécifiques qui méritent d'être, définis, ou expliqués
- Comment peut-on interpréter les données chiffrées?
- À part le point de vue de l'article est-ce qu'il y a d'autres perspectives qu'on doit prendre en considération, des critiques à faire?



## Conclure

Qu'on soit d'accord ou non avec les opinions et analyses proposées par l'article, l'intérêt d'une présentation est qu'on ne nous demande pas de prendre parti ou de donner un jugement définitif. C'est pourquoi une bonne façon de conclure consiste à se demander:

- Quels sont les points/idées à retenir de l'article?
- Qu'est-ce qui constitue, à vos yeux, l'intérêt principal de cet article?
- Donner la possibilité au public de réagir en leur posant directement une question ou en les invitant de participer au débat.
- Avant de reprendre votre place, remercier votre public pour son attention et pour sa participation à la discussion.

## Boîte à outils

Ressources linguistiques supplémentaires pour vous aident dans tous vos travaux en français:

- Bon usage de certains verbes qui posent problème: [Construction et emploi des verbes](#)
- Bon usage de certaines prépositions qui posent problème: [Prépositions et conjonctions](#)
- [Organisateurs textuels et transitions logiques](#)
- [Marqueurs de cause](#)
- [Marqueurs de conséquence](#)
- [Marqueurs de but et d'intention](#)
- [Marqueurs de condition et d'hypothèse](#)
- [Marqueurs d'opposition et de restriction](#)
- [C'est vs il est](#)

## **Module 2: Profils et projets entrepreneuriaux**

# La start-up (à faire en autonomie)

## Écouter

Écoutez l'enregistrement audio: [Afrique du Sud: Le Cap, ville des start-up](#)

## Transcription

Le Watershed coche toutes les cases attendues d'un tel lieu: boutiques d'artisanat à la mode, café au lait de soja... En son cœur, sur une immense mezzanine, un lieu de travail partagé qui compte plus de 90 organisations inscrites, dont de nombreuses start-up. Lora travaille au Workshop 17. « Il semble que cela soit effectivement un lieu central pour les start-up, avance-t-elle. Je pense que la communauté ici est très solidaire. Il y a beaucoup de ressources sur lesquelles les gens peuvent s'appuyer<sup>1</sup>. Et puis... le succès entraîne le succès».

Daniel, poncho rouge et badge autour du cou, est tout sourire. C'est un jeune éditeur vidéo. Il voit beaucoup d'avantages à travailler pour une start-up comme Digital Frontier Institute. « Ils m'ont embauché alors que je débute et j'ai grandi avec l'entreprise. Deux ans après, je dirige une équipe à tout juste 24 ans, ce qui ne serait pas arrivé dans un autre contexte. Par exemple, si j'avais commencé dans la production de films publicitaires pour la télé, je serais junior. Et puis, vous pouvez facilement finir par diriger un département de production pour une entreprise où vous vous occupez de caméras qui coûtent un demi-million de rands mais vous, vous gagnez moins de 10 000 rands par mois. La start-up semble le meilleur choix pour les conditions de travail.»

«Oui, c'est la nouvelle Californie...» Fred Roed est à la tête d'Heavy Chef, une plateforme d'apprentissage pour les entrepreneurs: «Je pense qu'en tant que start-up, nous sommes capables d'aller vite, d'être agile, de résoudre des problèmes sans demander la permission... Et donc cela nous donne la possibilité de vraiment casser les codes et d'agir rapidement. C'est la différence avec une entreprise traditionnelle, qui fournit potentiellement un service à une petite audience et qui est heureuse de faire la même marge<sup>2</sup> mois après mois. Alors qu'une start-up, elle peut périliter<sup>3</sup> très vite mais peut aussi grandir de manière importante très rapidement».

---

<sup>1</sup>se reposer sur quelque chose ou quelqu'un pour obtenir du soutien ou justifier une action ou une opinion

<sup>2</sup>faire marge: réaliser un profit

<sup>3</sup>décliner, se détériorer

Pour ce spécialiste, le choix du Cap par les entrepreneurs est stratégique: «Le Cap est une ville qui peut travailler avec les pays occidentaux mais qui en même temps est très connectée au tiers monde<sup>4</sup>. C'est donc une sorte de passerelle. Nous avons beaucoup de compétences ici. C'est très rentable d'y créer une entreprise. Cela en vaut la peine<sup>5</sup>. Et cela attire un ensemble d'individus très créatifs».

Un projet de loi, le «start-up act», est actuellement sur la table. Les professionnels du secteur espèrent un allègement des taxes ainsi qu'une simplification des procédures administratives pour la création de start-up.

## Activités

---

<sup>4</sup>pays en voie de développement

<sup>5</sup>Cela mérite l'effort ou le coût investi

# Sayna, la startup malgache qui séduit les fonds I&P Accélération Technologies et Miarakap

En 2018, à l'âge de 19 ans, Matina Razafimahefa se lance dans l'Edtech<sup>1</sup> et crée Sayna. Avec l'annonce le 24 juin, de soutiens du programme I&P Accélération Technologies et de Miarakap, la plateforme d'Edtech et de crowdsourcing malgache ambitionne désormais de s'étendre à l'ouest du continent et de former<sup>2</sup> quelques 8 000 développeurs d'ici à 2024.



Figure 1: Matina Razafimahefa, co-fondatrice et directrice générale de Sayna. (Crédits : DR)

---

<sup>1</sup>obstacle, difficulté

<sup>2</sup>Un "accusé de réception" est une confirmation formelle indiquant qu'une lettre, un document, ou un colis a été reçu. Dans le contexte des communications électroniques, c'est souvent une notification automatique envoyée à l'expéditeur pour l'informer que son message a été livré ou ouvert par le destinataire. L'accusé de réception sert à assurer les deux parties de la bonne transmission des informations ou des biens envoyés.

## La Tribune Afrique - Qu'est-ce qui vous a conduit à<sup>3</sup> vous lancer<sup>4</sup> dans l'Edtech?

**Matina Razafimahefa** - Je suis née en Côte d'Ivoire, mais j'ai grandi à Madagascar. À l'âge de 11 ans, je suis arrivée en France où j'ai suivi une formation sport-études en tennis à Nantes. Personnellement, je viens d'un milieu favorisé [père médecin et mère ingénieure polytechnicienne, ndlr], mais l'éducation n'est pas accessible à tous d'où je viens et j'ai réalisé ces différences dès le plus jeune âge. Parallèlement, la crise de 2008-2009 s'est répercutée<sup>5</sup> sur les activités de mes parents. Ma mère avait créé une école d'informatique qui n'a pas résisté. À 16 ans, j'ai voulu relancer ce projet, mais elle m'a demandé de finir mes études d'abord. J'ai donc suivi des cours de Sciences politiques à la Sorbonne. En 2018, pendant ma 2e année, j'ai créé Sayna grâce à une campagne de crowdfunding qui m'a permis de lever<sup>6</sup> 5.000 euros. Aujourd'hui, ma mère est mon associée<sup>7</sup>!

## Comment a évolué le *business model* de votre entreprise?

À l'origine<sup>8</sup>, le futur employeur prenait en charge<sup>9</sup> les frais de la formation<sup>10</sup>. Malheureusement, les entreprises sont encore trop peu nombreuses en Afrique pour supporter le coût des dizaines de milliers de développeurs dont le marché mondial a besoin. Nous avons donc changé de modèle en faisant le pari<sup>11</sup> de formations ultra-compétitives en termes de prix, à 9,90 euros par mois. Nous ambitionnons de former 8.000 personnes d'ici 2024.

Aujourd'hui, Sayna est une école constituée de deux plateformes en ligne: la première est consacrée à l'apprentissage et la seconde au télétravail. Dès lors que les étudiants ont validé des compétences<sup>12</sup>, ils peuvent commencer à travailler sur des micro-tâches, et être rémunérés. Nous avons supprimé la barrière du CV, car nous tenons à ce que<sup>13</sup> le travail obtenu dépende des compétences [...] Les entreprises-clientes en France ne sont jamais en contact direct avec nos développeurs. Nous faisons du *project management* en interne afin de leur éviter toute tracasserie<sup>14</sup>. Le client final a un unique interlocuteur qui s'assure que les micro-tâches sont

---

<sup>3</sup>qui nous est désigné

<sup>4</sup>successifs

<sup>5</sup>fil, composant textile

<sup>6</sup>le parcours d'un produit de sa matière première à sa fabrication et sa distribution

<sup>7</sup>exemplaire, sans défaut, impeccable

<sup>8</sup>Revitaliser, régénérer, renouveler

<sup>9</sup>Les "tendances" désignent les directions ou les courants prédominants dans des domaines variés comme la mode, la technologie, l'économie, la culture, et les comportements sociaux, reflétant les intérêts, les préférences, et les valeurs émergentes d'une société à un moment donné.

<sup>10</sup>Un fermier, une personne qui s'occupe de la gestion de la reproduction, de l'alimentation, et du bien-être des animaux comme les moutons, les vaches, les chevaux, etc. Son travail est essentiel pour la production alimentaire et l'agriculture.

<sup>11</sup>Obtenir, acquérir, trouver

<sup>12</sup>laine naturelle non traitée

<sup>13</sup>Fabrication de fils textiles

<sup>14</sup>Le "tricotage" désigne l'acte de former un tissu en entrelaçant des fils à l'aide d'aiguilles à tricoter ou de machines. Cette technique permet de créer des boucles, appelées mailles, qui sont ensuite passées les unes dans les autres.

bien délivrées par les développeurs. Au lieu d'avoir 3 ou 4 développeurs sur un seul projet, nous en avons 40 ou 50 qui travaillent simultanément. Tout le monde est gagnant!

### **En chiffres, que représente l'entreprise et sur quels périmètres opère Sayna?**

Nous avons formé près de 200 étudiants et nous avons à ce jour 400 préinscriptions sur la plateforme de formation. Les modules sont ouverts à tous les publics. Nous travaillons avec une soixantaine d'entreprises - groupes, PME et startups - en France, au Canada, à l'île de la Réunion, en Australie ou à Madagascar. Nous sommes physiquement présents à Antananarivo et nous allons nous déployer dans les 7 régions de l'île en septembre. En janvier 2022, nous serons aussi en Côte d'Ivoire, au Ghana et au Sénégal [...]. En 2018, Sayna commençait avec 15.000 euros de revenu et aujourd'hui, son chiffre d'affaires<sup>15</sup> enregistre une progression annuelle exponentielle, en dépit de<sup>16</sup> la Covid-19 et l'environnement économique malgache complexe.

### **Quels sont des exemples de recrutements réussis après un passage par Sayna?**

Sur les 200 étudiants formés, entre 80% et 90% ont trouvé un emploi. C'est le cas d'Herisoa qui a intégré la formation<sup>17</sup> en août 2020. Avant cela, elle vivait de petits boulots, vendant des sacs contrefaits<sup>18</sup> sur les réseaux sociaux. Elle n'y connaissait rien à l'informatique et a passé des heures sur son écran. Aujourd'hui, elle travaille chez Pulse [une société du groupe Axian, ndlr] et s'occupe de la partie Knowledge et Content. Nous avons aussi l'exemple de Fetra, un jeune homme venu de la campagne, qui n'avait pas les moyens de financer la formation. Il jouait de la guitare le week-end pour économiser de l'argent et se rendait une fois par semaine chez un ami pour utiliser son ordinateur. Un jour, il est venu nous voir et s'est inscrit. Depuis, il a trouvé du travail et les recruteurs le «chassent» sur Internet.

### **Quels sont vos principaux clients à ce jour?**

Nous travaillons avec le groupe Axian, Société Générale, Orange Madagascar, la Banque mondiale ou encore avec Access Bank avec qui nos anciens étudiants les plus talentueux ont pu développer le premier *chatbot* bancaire. Nous travaillons aussi avec des startups ou des PME comme Vesta Security ou des sociétés IT comme Ingedata.

### **La pandémie de Covid-19 a transformé les usages, accéléré la dématérialisation et favorisé l'essor<sup>19</sup> de l'Edtech. Quels ont été les impacts de la Covid-19 sur vos activités?**

C'est précisément la pandémie qui nous a conduits à prendre un virage 100% numérique. Avant l'arrivée du coronavirus, nous proposons des cours en présentiel<sup>20</sup> dans nos locaux, avec des accès gratuits et illimités à notre connexion Internet. La Covid-19 a tout changé, car nos

---

<sup>15</sup>une entreprise, une compagnie

<sup>16</sup>Transport, livraison

<sup>17</sup>dossier des spécifications techniques d'un projet

<sup>18</sup>Méticuleux, précis, soigneux

<sup>19</sup>garantie, preuve d'engagement

<sup>20</sup>les femmes élégantes, raffinées

portes sont restées closes et cela nous a poussés à dématérialiser entièrement nos offres de formation, en proposant cette plateforme de micro-tâches en ligne.

### **Le 21 juin, un communiqué annonçait que Sayna avait reçu un financement d'I&P. Comment seront ventilés<sup>21</sup> ces fonds?**

Grâce au programme I&P Accélération Technologies [2,5 millions d'euros pour financer et accompagner une quinzaine de startups digitales en Afrique subsaharienne, ndlr] et à l'appui de Miarakap, Sayna a bénéficié d'une avance remboursable de 100.000 euros — qui pourrait être étendue — qui va nous permettre de finaliser la plateforme de micro-tasking et de déployer des parcours de formation en partenariat avec Holberton [Silicon Valley, ndlr]. Nous préparons actuellement un *seed-round* pour finaliser nos deux plateformes et lancer une véritable machine commerciale.

### **Quelles sont les dernières actualités de l'entreprise?**

Nous venons tout juste de lancer le premier prêt étudiant<sup>22</sup> malgache. Un lancement officiel viendra d'ici septembre avec notre partenaire ACEP Madagascar qui est une agence de micro finance innovante et dynamique! Les lauréats se verront accorder des prêts de 50 euros à 600 euros pour financer leur formation.

### **Quelles sont vos ambitions à court et moyen termes?**

À court terme, j'aimerais atteindre une centaine de collaborateurs et faire travailler plus de 3.500 personnes sur notre plateforme de micro-tâches. J'espère aussi réaliser une levée Série A d'environ 3 millions d'euros en 2022 qui nous permettrait de financer notre expansion, en particulier en Afrique de l'Ouest. À long terme, j'aimerais créer un startup studio à Madagascar pour investir dans des entreprises. Je souhaite continuer à accompagner les jeunes entrepreneurs africains et enfin, j'aimerais écrire un livre...

## **Questions**

Après avoir lu l'article [répondez aux questions](#).

---

<sup>21</sup>séries limitées, éditions spéciales

<sup>22</sup>relation directe



# Le compte rendu

Dans la vie professionnelle, on est souvent appelé à rédiger un compte rendu à la suite d'une activité, d'un entretien, d'une mission, pour faire état d'un problème, d'une opportunité, de l'avancement d'une recherche, pour relater une conférence, etc.

Dans le compte rendu il s'agit de présenter les faits ou les idées de manière claire, précise et objective. Un compte rendu peut avoir différents objectifs: informer, analyser, évaluer, synthétiser, etc.

Le compte rendu peut avoir des longueurs variables selon le type, l'objectif et le destinataire du texte. Il n'existe pas de règle universelle sur la longueur idéale d'un compte rendu, mais il faut respecter le principe de la concision, c'est-à-dire ne pas ajouter d'informations superflues ou inutiles. Voici quelques exemples de longueurs moyennes pour différents types de compte rendu :

- Un compte rendu de réunion professionnel : entre 2 et 5 pages, selon le nombre de sujets abordés, le niveau de détail et le format choisi (texte suivi, énumération de points, tableau, etc.).
- Un compte rendu de lecture universitaire : entre 5 et 7 pages, selon le niveau d'analyse et de synthèse requis, le nombre de références bibliographiques et le respect des normes de présentation.
- Un compte rendu d'activité ou de mission : entre 1 et 3 pages, selon la complexité et la durée de l'activité ou de la mission, le nombre d'éléments à rapporter et le style adopté (formel, neutre, télégraphique, etc.).

Le plus souvent, dans un compte rendu, on doit s'en tenir aux faits puisque il s'agit d'un type d'écrit objectif. Mais, selon la situation et les attentes du destinataire, on peut aussi être appelés à introduire son jugement et ses opinions.

## Savoir-faire

1. Trouver les points clés qui peuvent être dispersés dans les propos des interlocuteurs, ou dans différents documents.
2. Ré-organiser les points clés dans une structure logique.
3. Respectez la structure du compte rendu : introduction, développement, conclusion.
4. Utilisez un style formel, neutre et précis. Évitez les expressions familières, les

répétitions et les digressions et les jugements personnels (sauf si vous êtes demandés à partager vos opinions ou à porter un jugement).

5. Adaptez le contenu et le ton du compte rendu au destinataire et à l'objectif du texte. Par exemple, si vous rédigez un compte rendu pour votre supérieur hiérarchique, vous devez mettre en évidence les points essentiels, les résultats obtenus, les problèmes rencontrés, les solutions proposées, etc.
6. Relisez et corrigez votre compte rendu avant de le transmettre. Vérifiez l'orthographe, la grammaire, la ponctuation, la cohérence et la clarté du texte.

# Le compte rendu – Activités à faire en classe

## Activités de groupe

Choisissez une des deux activités:

### 1. Compte rendu de l'interview de Matina Razafimahefa (Fondatrice de Sayna)?

Dans [son interview Matina Razafimahefa](#), fondatrice de Sayna, parle de son projet entrepreneurial. Faites le compte rendu de son interview en répondant aux questions suivantes:

- Qui parle? Où? À propos de quoi?
- Comment définit-elle l'objectif principal de son entreprise?
- Quand est-ce qu'on sait si l'objectif est atteint?
- Qui sont les clients de l'entreprise?
- Quelle est la spécificité du produit, ou du service? Qu'est-ce qui le différencie de la compétition?
- Quels sont les objectifs de l'entreprise pour l'avenir?

### 2. Compte rendu de l'interview de Sofia De Meyer, porte-parole de l'entreprise régénérative:

- Qui parle? Où? À propos de quoi?
- Comment définit-elle le problème avec l'économie mondialisée?
- Comment définit-elle le concept d'une entreprise régénérative?
- Quels sont les avantages d'une telle entreprise?

#### Transcription de l'interview de Sofia De Meyer

**Voix off**

Sofia De Meyer, prise une.

**Laurent Haug**, *journaliste*

Vous dites que le modèle d'économie mondialisée ne fonctionne plus. Pourquoi ?

**Sofia De Meyer**, *co-fondatrice des jus Opaline et de la Fondation Opaline*

L'économie mondialisée, déjà, elle nous déconnecte de la notion de la «communauté». C'est parce qu'à partir du moment où on est déconnecté de son fournisseur, de sa clientèle, eh bien, on retombe dans des réflexes d'optimisation financière. La deuxième raison, elle est au niveau environnemental. L'économie mondialisée veut dire qu'on va acheter la matière première dans un endroit, la faire aller dans un autre endroit pour qu'elle soit partiellement produite, dans un troisième endroit pour qu'on complète la production puis pour arriver au point de vente. Donc, il y a un impact environnemental absolument énorme. Et on voit aujourd'hui la crise écologique que l'on vit. Je crois que c'est une des raisons qu'il nous faut adresser.

**Laurent Haug, journaliste**

Beaucoup de gens font des entreprises durables. Vous, vous allez beaucoup plus loin : vous faites une entreprise régénérative. Qu'est-ce que ça veut dire ?

**Sofia De Meyer, co-fondatrice des jus Opaline et de la Fondation Opaline**

Alors, «régénérative», c'est aller au-delà du durable. C'est de se dire: ben, l'entrepreneuriat, il doit pas juste limiter son impact négatif, il doit travailler sur un impact positif.

**Laurent Haug, journaliste**

Cette approche fait, par exemple, que vous avez des liens tout particuliers avec vos employés.

**Sofia De Meyer, co-fondatrice des jus Opaline et de la Fondation Opaline**

Eh bien, dans cette idée de l'économie régénérative, on va créer un lieu de vie qui soit inspirant pour tous. Concrètement, ça veut dire que chaque personne est valorisée par rapport à son engagement, et puis, à ce qu'elle va amener à l'entreprise. Également au niveau salarial, on a adopté chez Opaline quelque chose d'assez révolutionnaire où tout le monde est payé le même salaire. Ça a amené des discussions assez intéressantes sur quelle est la notion de ce salaire: qu'est-ce que mon travail vaut finalement? Et puis: qu'est-ce que je suis d'accord d'accepter?

**Laurent Haug, journaliste**

Comment se traduit votre approche dans vos relations avec vos clients?

**Sofia De Meyer, co-fondatrice des jus Opaline et de la Fondation Opaline**

Il y a ce lien de confiance qu'on essaie de créer. Donc, la transparence. On est beaucoup sur le terrain, à aller à la rencontre de nos clients. On fait des animations, des dégustations, mais aussi des ateliers. Voilà, on crée des liens.

**Laurent Haug, journaliste**

Il y a un mot dont on parle beaucoup en ce moment, c'est «B Corp». C'est une certification. Est-ce que vous pouvez nous expliquer ce que c'est que ce label ?

**Sofia De Meyer, co-fondatrice des jus Opaline et de la Fondation Opaline**

C'est une certification pour les entreprises qui s'engagent pour avoir un impact positif. Une entreprise va pouvoir être certifiée «B Corp» par rapport à différents éléments sans être parfaite sur tous les plans.

**Laurent Haug, journaliste**

Vous étiez dans le monde *corporate* dans une grande ville: avocate à Londres. Aujourd'hui, vous êtes à la montagne, entrepreneuse. Qu'est-ce qui a été le plus difficile dans la transition d'un monde à l'autre.

**Sofia De Meyer**, *co-fondatrice des jus Opaline et de la Fondation Opaline*

Ça génère toutes sortes de retour de notre environnement, notre famille, nos amis qui ne comprennent pas comment une personne qui est avocate, qui a une sorte de sécurité d'emploi, puisse lâcher pour faire autre chose. On n'est pas encore dans cet état d'esprit. Du moins notre génération. On a un travail pour le garder. Or, aujourd'hui, la vie pour moi, c'est le changement. Qui dit entrepreneur dit échec. Pour moi, ça va ensemble. Je crois qu'on est tous animés de peur. Après, la question, c'est comment est-ce que je gère cette peur. Qu'est-ce qu'elle me dit? Jusqu'où je peux aller? Et puis, c'est de s'écouter et puis petit à petit de faire son chemin.

**Voix off**

Entrepreneur stories, clap de fin.

## Mots du vocabulaire

**optimisation financière** Maximisation des bénéfices et/ou réduction des coûts

**durable** écologique, respectueux de l'environnement, à faible impact environnemental

**être sur le terrain** être directement impliqué.e, agir directement sur une situation

**créer des liens** construire un réseau qui favorise le soutien, la confiance et l'entente.

**retour** À part son sens premier, l'action de revenir à un point de départ ou une situation antérieure, un retour peut aussi faire référence à la réception d'informations ou des commentaires. Faire un retour = donner un feedback.

**lâcher** Abandonner, libérer, se détacher

**échec** Un échec est une non-réussite, une contre-performance, c'est-à-dire le fait de ne pas atteindre un objectif ou de ne pas satisfaire une exigence ou une attente. Le mot peut s'appliquer à des domaines variés comme les études, les projets professionnels, les entreprises, les compétitions sportives, ou les initiatives personnelles. Malgré sa connotation négative, l'échec peut être perçu comme une opportunité d'apprentissage et de développement. De nombreux entrepreneurs attribuent leur succès à la série d'échecs qui l'ont précédé. À ce sujet on cite souvent Thomas Edison: «Je n'ai pas échoué. J'ai simplement trouvé 10.000 solutions qui ne fonctionnent pas.»

## Lexique 2

**edtech** contraction de “éducation” et “technologie”, désigne les innovations technologiques appliquées au domaine de l’éducation pour améliorer l’apprentissage.

**former** éduquer, instruire

**conduire à faire quelque chose** inciter ou amener quelqu’un à agir d’une certaine manière

**lancer** démarrer activité, introduire un produit sur un marché, commencer un projet

**lever des fonds** obtenir des financements pour développer un projet ou une entreprise

**associé.e** Partenaire, collaborateur.trice

**à l’origine** au début, d’abord, au commencement, à la base

**prendre en charge** s’occuper de, assumer la responsabilité, gérer, se charger de

**frais d’une formation** le coût associé à l’éducation ou à l’apprentissage professionnel

**pari (masc.)** Une action consistant à risquer quelque chose (comme de l’argent ou un enjeu personnel) sur le résultat incertain d’un événement.

**valider des compétences** Reconnaître officiellement les capacités ou les savoir-faire d’une personne, souvent par le biais d’un examen, d’un diplôme ou d’une certification.

**tenir à ce que** insister pour que, être attaché à l’idée que, vouloir absolument que

**tracasserie** complication mineur souvent inutile qui peut être agaçante ou perturbante

**chiffre d’affaires** Le total des ventes de biens ou de services réalisées par une entreprise sur une période donnée.

**en dépit de** malgré, malgré le fait que

**intégrer une formation** rejoindre un cours, entrer dans un programme, commencer une formation, s’inscrire dans un cours

**contrefait (contrefaçon)** objet imité illégalement, copié sans autorisation, faux (dans le sens d’un objet qui n’est pas authentique), réplique illégale

**essor** croissance rapide, développement accéléré, expansion, montée

**présentiel** en face à face, sur place, en personne

**distanciel** à distance, via une plateforme numérique, vidéoconférence

**ventiler** répartir, distribuer, diviser

**prêt étudiant** Aide financière pour une personne qui fait ses études. Ce prêt est destiné à couvrir les frais de scolarité, les dépenses de vie courante, les livres et le matériel nécessaire pendant la durée des études. Il doit être remboursé, avec des intérêts, après la fin des études.

**optimisation financière** maximisation des bénéfices et/ou réduction des coûts

**durable** écologique, respectueux de l'environnement, à faible impact environnemental

**être sur le terrain** être directement impliqué.e, agir directement sur une situation

**créer des liens** construire un réseau qui favorise le soutien, la confiance et l'entente

**retour** à part son sens premier c'est-à-dire l'action de revenir à un point de départ ou une situation antérieure, un retour peut aussi faire référence à la réception d'informations ou des commentaires. "Faire un retour" est synonyme de "donner un *feedback*".

**lâcher** abandonner, libérer, se détacher

**échec** Un échec est une non-réussite, une contre-performance, c'est-à-dire le fait de ne pas atteindre un objectif ou de ne pas satisfaire une exigence ou une attente. Le mot peut s'appliquer à des domaines variés comme les études, les projets professionnels, les entreprises, les compétitions sportives, ou les initiatives personnelles. Malgré sa connotation négative, l'échec peut être perçu comme une opportunité d'apprentissage et de développement. De nombreux entrepreneurs attribuent leur succès à la série d'échecs qui l'ont précédé. À ce sujet, on cite souvent Thomas Edison: «Je n'ai pas échoué. J'ai simplement trouvé 10.000 solutions qui ne fonctionnent pas.»

**économie circulaire** C'est un modèle économique visant à produire des biens et services de manière durable, en limitant la consommation et le gaspillage des ressources naturelles ainsi que la production de déchets. Elle repose sur le principe de réutilisation, de réparation, de rénovation et de recyclage des matériaux et produits existants le plus longtemps possible. L'objectif est de créer un système économique qui soit régénératif par conception, pour bénéficier à l'environnement tout en étant économiquement viable.

# Le business modèle Canvas

Le Business Model Canvas (BMC) est un outil stratégique inventé par Alexander Osterwalder et Yves Pigneur, les auteurs du best-seller *Business Model Generation*. Cet outil vise à simplifier la planification et l'exécution d'un modèle d'affaires. C'est un peu comme une carte qui montre en un clin d'œil la raison d'être d'une entreprise, son fonctionnement, la valeur qu'elle crée pour ses clients, et la façon dont elle gagne de l'argent.

## Origines

L'idée du BMC est née de la nécessité de rendre la création de modèles d'affaires plus accessible et adaptable. Avant cela, les entreprises s'appuyaient sur de longs documents compliqués et peu pratiques, pour planifier et communiquer leur stratégie. Imaginez passer des mois à rédiger un plan, pour ensuite devoir le changer complètement à cause d'un imprévu! Osterwalder et Pigneur ont donc proposé le BMC comme une solution, permettant aux entreprises de **visualiser et d'ajuster rapidement leur modèle économique sur une seule page**.

## La structure du BMC

### Le BMC

Pour définir, visualiser et tester rapidement une idée ou une nouvelle fonctionnalité d'un produit on peut suivre l'ordre des questions proposées par le BMC. Le BMC se compose de neuf blocs fondamentaux qui représentent les aspects clés d'une entreprise:

- Propositions de valeur: Quelle valeur l'entreprise offre-t-elle à ses clients?
- Segments de clients: Qui sont les clients ? Quels sont leurs besoins?
- Canaux: Comment l'entreprise communique-t-elle et livre-t-elle cette valeur?
- Relations avec les clients: Quel type de relation l'entreprise établit-elle avec ses clients?
- Sources de revenus: Comment l'entreprise génère-t-elle des revenus?
- Ressources clés: Quelles ressources sont essentielles pour offrir la proposition de valeur?
- Activités clés: Quelles activités sont cruciales pour délivrer la proposition de valeur?
- Partenariats clés: Qui sont les partenaires stratégiques et fournisseurs?
- Structure de coûts: Quels sont les coûts majeurs dans le modèle d'affaires?



### Remarques

Que remarquez-vous dans la structure du BMC (voir le pdf ou la fiche que je vous ai distribuée)? Qu'est-ce qui est mis au centre et pourquoi à votre avis?

## Succès actuel

La popularité du BMC repose sur sa capacité de concevoir un modèle d'affaire comme un puzzle à compléter. Chaque morceau du puzzle est simple et compréhensible et mis ensemble permet de donner une idée générale d'un projet.

Le BMC encourage l'exploration et l'innovation, et il permet aux entreprises de s'adapter (pivoter) rapidement aux changements du marché. Il est devenu incontournable dans le monde de l'entrepreneuriat pour son approche visuelle et interactive, facilitant le dialogue entre différents acteurs (investisseurs et entrepreneurs, par exemple) autour des questions stratégiques d'un projet.

## Activité

Dans [cette discussion](#), vous avez cueilli et posté des informations sur une entreprise. En fonction de ces informations commencez à remplir le BMC pour l'entreprise que vous avez choisie. Vous avez 9 blocs numérotés de 1 à 9. Par quel bloc allez-vous commencer? À votre avis, faut-il suivre l'ordre proposé? Pourquoi?

# Compte-rendu assignment

## Objectifs

- Rédiger un compte rendu sur une des entreprises suivantes: Meet My Mama, Opaline, Sayna, Phenix, ou Flaneurz
- Appliquer le business modèle Canvas pour faire le compte rendu de l'entreprise choisie
- Adapter son expression écrite dans une situation professionnelle

## Instructions

**Choix de l'entreprise:** Sélectionnez une des entreprises proposées pour votre compte rendu. (Dans [cette discussion](#) vous avez déjà fait votre choix, mais si vous avez envie d'écrire sur une autre entreprise, n'hésitez pas à le faire.)

**Recherche:** Effectuez des recherches sur l'entreprise sélectionnée. Concentrez-vous sur son modèle d'affaires, son marché cible, sa proposition de valeur, ses canaux de distribution, ses ressources clés, ses partenaires clés, sa structure de coûts, et ses sources de revenus. (Dans [cette discussion](#), vous avez déjà effectué quelques recherches, mais si vous n'avez pas encore toutes les informations indispensables, continuez votre recherche).

## Structure du compte rendu

**Introduction:** Présentez brièvement l'entreprise et justifiez votre choix.

**Analyse de l'entreprise avec le business modèle Canvas:** Analysez les différents aspects de l'entreprise choisie en fonction du [business modèle Canvas \(BMC\)](#).

- Quelle valeur l'entreprise offre-t-elle à ses clients?
- Qui sont les clients ? Quels sont leurs besoins?
- Comment l'entreprise communique-t-elle et livre-t-elle cette valeur?
- Quel type de relation l'entreprise établit-elle avec ses clients?

- Comment l'entreprise génère-t-elle des revenus?
- Quelles ressources sont essentielles pour offrir la proposition de valeur?
- Quelles activités sont cruciales pour délivrer la proposition de valeur?
- Qui sont les partenaires stratégiques et fournisseurs?
- Quels sont les coûts majeurs dans le modèle d'affaires?

**Conclusion:** Synthèse de votre analyse et perspectives d'avenir pour l'entreprise.

**Réflexion personnelle:** Après la fin de votre compte rendu, ajoutez une petite réflexion personnelle sur ce que vous avez appris en réalisant ce travail. Comment la connaissance du business modèle Canvas affecte votre relation personnelle avec des entreprises de votre quotidien? Cherchez-vous “la proposition de valeur” dans les produits et services que vous consommez?

**Sources:** Toutes vos sources d'information doivent être dûment citées à la fin de votre document word. Utilisez le format de citation de votre choix, mais soyez cohérents. (If you are not familiar with citation styles, such as MLA or Chicago, start with [this guide](#) provided by the UVA library).

**Longueur:** Le compte rendu doit être 800 mot minimum, et la réflexion 200 mots.

## **Module 3: Construire son dossier de candidature (CV & LM)**

# CV par incompétences – Activités à faire en autonomie

Dans le cadre du Concours Podcasts & Créations perso de ARTE Radio 2023, Marie Perrier a proposé son podcast “CV par incompétences”.

Voici son texte de présentation:

“L’été, je sens souffler sur moi un vent de liberté. L’envie de faire voler en éclats<sup>1</sup> les injonctions sociales<sup>2</sup>. Nous sommes dans une société du paraître où il faut tout montrer sous son meilleur jour. Il faut à tout prix vanter les mérites des marques, des produits mais aussi de soi. La recherche d’emploi, les applications de rencontre, les réseaux sociaux: tout nous invite à bâtir une version édulcorée<sup>3</sup> de nous-mêmes. Alors j’ai eu envie de me demander: à quoi cela ressemblerait si nous nous mettions tout simplement à être un peu plus francs? Petit exutoire<sup>4</sup>, ce CV par incompétences est une invitation à embrasser et affirmer qui l’on est réellement, sans artifices.”

## Transcription

Madame, Monsieur,

Je sais que votre entreprise prône la franchise et la transparence. Je partage entièrement ces valeurs et c’est pourquoi, en complément de ma candidature, j’ai tenu à vous soumettre mon CV par incompétence.

Pour commencer, je suis incapable de fonctionner le matin. Ne comptez jamais sur moi avant 10h. Évitez de me demander de réagir à ce que quelqu’un vient de dire en réunion. Cela fait probablement 15 minutes que j’ai décroché et que je fais autre chose.

---

<sup>1</sup>obstacle, difficulté

<sup>2</sup>Un “accusé de réception” est une confirmation formelle indiquant qu’une lettre, un document, ou un colis a été reçu. Dans le contexte des communications électroniques, c’est souvent une notification automatique envoyée à l’expéditeur pour l’informer que son message a été livré ou ouvert par le destinataire. L’accusé de réception sert à assurer les deux parties de la bonne transmission des informations ou des biens envoyés.

<sup>3</sup>qui nous est désigné

<sup>4</sup>successifs

Je ne sais pas dire non. Ni aux projets à faire en urgence et aux heures sup<sup>5</sup>, ni aux propositions de jouer au babyfoot ou de prendre un petit 2h pour débriefer de nos vies avec les collègues. J'adore faire des montages photo-absurdes. Ne me demandez pas pourquoi, c'est comme ça. J'en ferai régulièrement sur mes collègues pendant mon temps de travail.

En vous remerciant d'avance, de l'attention que vous porterez à ma candidature, je vous prie d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mon ennui profond d'avoir dû rédiger une lettre de motivation.

([source](#))

### **Matière à réflexion**

- Dans sa présentation du podcast Marie Perrier dit vouloir se libérer de certaines “injonctions sociales”. De quelle injonction ou norme sociale elle fait allusion dans son podcast?
- Pour réussir son objectif qui est la création d'un podcast humoristique, elle joue avec les normes d'un document professionnel. Lequel?
- Bien qu'elle garde la structure et les conventions du document intactes, elle insère un contenu qui ne correspond pas à la situation professionnelle. Trouvez deux exemples où il y a un décalage (une contradiction, un écart) entre les conventions du documents et son contenu.

Suivez [le lien pour répondre à ces questions](#) dans une activité interactive H5P.

---

<sup>5</sup>fil, composant textile

# Lettre de motivation

Une lettre de motivation fait partie du dossier d'une candidature pour une offre d'emploi. La lettre de motivation accompagne le CV et met en avant l'intérêt du ou de la candidat.e ainsi que ses qualifications, sa formation et ses expériences professionnelles antérieures.

La lettre de motivation peut être spontanée (c'est-à-dire sans répondre à une offre d'emploi précise), ou rédigée pour répondre à une offre d'emploi.

C'est un document important parce qu'il permet au ou à la candidat.e d'esquisser son profil en quelques lignes tout en manifestant son intérêt et sa volonté pour le projet professionnel proposé.

Une lettre de motivation doit être claire, concise et aller droit à l'essentiel. Pour ce faire, il ne faut pas excéder une page dactylographiée.

La lettre doit assurer les recruteurs que la candidature est délibérée. Lui montrer qu'on a fait des recherches et qu'on connaît bien certains aspects de l'entreprise convoitée, comme par exemple: sa taille, son secteur, ses valeurs, sa mission, ainsi que ses principaux concurrents. Aujourd'hui, c'est facile de trouver toutes ces informations sur internet.

La lettre de motivation permet également au ou à la candidat.e de mettre en valeur son parcours comme par exemple sa formation ainsi que son expérience professionnelle antérieure, si c'est le cas. Tout autre talent ou compétence spécifique qui pourrait distinguer le ou la candidat.e aux yeux des recruteurs doit aussi être mentionné.

Enfin, la lettre de motivation permet aussi au ou à la candidat.e d'imaginer la future collaboration avec l'entreprise et d'en lister quelques avantages potentiels. Sans exagérations, on peut parler des contributions positives qu'on est en mesure d'apporter et d'envisager aussi sa propre prospérité dans ce poste.

Il va de soi qu'un dossier de candidature (CV et lettre de motivation) doit être impeccable du point de vue grammatical. **Les équipes de recrutement n'auront pas la patience de lire un dossier de candidature avec des erreurs d'orthographe, des fautes d'accord, de conjugaison, etc.** Ces fautes ne sont pas forcément une indication du niveau d'expertise avec la langue (il arrive à tout le monde de faire des fautes de frappe *typos*), mais un manque de rigueur. Elles témoignent, peut-être, d'un caractère mal-organisé, peu soigné, négligeant—traits peu désirables dans un milieu professionnel.

Par conséquent, votre dossier de candidature doit être lu, relu et corrigé plusieurs fois par vous-même et une autre personne experte dans le domaine (camarade, prof, conseiller professionnel).

### ! À propos de l'orthographe

Arnaud Hoedt et Jérôme Piron, deux linguistes qui prônent la réforme de l'orthographe du français, ont publié le livre *La faute de l'orthographe*. Tout au long du livre, [devenu même spectacle pour la scène](#), les deux linguistes font référence à des effets discriminatoires de l'orthographe et l'impact de ces discriminations dans le marché du travail.

La question de l'orthographe touche aussi celle de l'accès à l'emploi. Dans ces cas-là, aujourd'hui on sait ce que coûte une faute. Et vous imaginez, si ce n'est pas votre langue maternelle. Ou si vous êtes dyslexique... On utilise aussi souvent l'orthographe pour disqualifier une pensée. Sur Internet, on lit régulièrement des commentaires du genre: Va d'abord soigner ton orthographe et après tu te permettras de donner ton avis. Donc on interdit à quelqu'un de s'exprimer à cause de son orthographe.

On est donc face à une forme de discrimination, que tout le monde trouve légitime, à droite comme à gauche, chez les conservateurs comme chez les progressistes. C'est quand même un sujet qui a mis d'accord Le Canard enchaîné et Le Figaro. Même ceux qui subissent cette discrimination la trouvent légitime. Et cela n'est possible que si cette orthographe est sacrée. Le *Bon Usage* devient la Bible. Tout ce qui s'y trouve est parole d'évangile. Si c'est dans *Bescherelle*, ainsi soit-il.

— Hoedt, Arnaud, Jérôme Piron, and Kevin Matagne. *La faute de l'orthographe*. La convivialité. Paris: Textuel, 2017.

### Les conventions d'une lettre de motivation

#### 1. En-tête:

- **Nom et coordonnées du candidat:** En haut à gauche, indiquez votre nom complet, adresse postale, numéro de téléphone, et adresse e-mail.
- **Coordonnées du destinataire:** Sur la droite, indiquez le nom, le titre, l'entreprise, et l'adresse postale du destinataire.
- **Date et lieu:** Juste en dessous, mentionnez la ville et la date d'envoi de la lettre, alignées à droite.

#### 2. Objet: Candidature au poste de [nom du poste]



3. **Pièce(s) jointe(s):** CV
4. Madame, Monsieur ou, mieux, le nom de la personne si vous le connaissez, suivi d'une virgule.
5. **Introduction:** Situation actuelle et intérêt pour le poste. Indiquer où vous avez trouvé l'annonce ou si quelqu'un vous a recommandé pour ce poste.
6. **Corps de la lettre:**
  - **Expérience et compétences:** Développez sur vos expériences professionnelles, formations, et compétences qui vous rendent idéal.e pour le poste. Utilisez des exemples précis.
  - **Motivation:** Expliquez pourquoi vous souhaitez rejoindre cette entreprise en particulier, en montrant que vous vous êtes renseigné.e sur elle.
7. **Conclusion:**
  - **Demande d'entretien:** Exprimez votre souhait de discuter de votre candidature de manière plus approfondie lors d'un entretien.
  - **Formule de politesse:** Terminez par une formule de politesse.
8. **Signature:** Laissez un espace pour votre signature manuscrite (si la lettre est imprimée) puis tapez votre nom complet.

## Formules pour l'introduction de la lettre

L'introduction doit être personnalisée pour chaque candidature, en mettant en avant la manière dont vous avez découvert l'offre et les raisons pour les quelles vous estimez que vos qualifications y correspondent. C'est aussi l'occasion de montrer votre connaissance de l'entreprise et d'exprimer clairement votre motivation.

**Voici quelques formules d'introduction efficaces qui peuvent vous servir dans la rédaction d'une lettre de motivation**

1. **Pour répondre à une annonce:**
  - Suite à votre annonce parue sur [nom du site ou de la publication], je me permets de vous soumettre ma candidature pour le poste de [nom du poste].
  - Ayant pris connaissance de l'offre d'emploi pour le poste de [nom du poste] publiée sur [source], je souhaite vous exprimer mon vif intérêt pour rejoindre votre équipe.

## **2. Pour une candidature spontanée:**

- Passionné par [domaine], je me permets de vous adresser ma candidature spontanée pour envisager une collaboration au sein de votre entreprise, convaincu que mon profil pourrait vous apporter.
- Admiratif du travail réalisé par [nom de l'entreprise], je souhaite vous proposer ma candidature spontanée pour un poste de [nom du poste], convaincu de pouvoir contribuer à vos projets.

## **3. Lorsque vous avez été recommandé:**

- Sur recommandation de [nom de la personne], je me permets de vous adresser ma candidature pour le poste de [nom du poste]. [Nom de la personne] m'a assuré que mes compétences seraient en parfaite adéquation avec les besoins de votre équipe.
- [Nom de la personne], qui occupe le poste de [son poste] au sein de votre société, m'a encouragé à vous envoyer ma candidature pour le poste de [nom du poste], convaincu que mon profil correspond à vos attentes.

## **4. Pour montrer directement votre motivation:**

- Fort d'une expérience de [nombre d'années] ans dans le domaine de [domaine], je suis particulièrement intéressé par la possibilité de mettre mes compétences au service de [nom de l'entreprise] en tant que [nom du poste].
- Ayant suivi avec intérêt l'évolution de votre entreprise, je suis convaincu que rejoindre votre équipe en tant que [nom du poste] serait une formidable opportunité de contribuer à vos succès.

## **Formules pour le corps de la lettre**

Dans le corps d'une lettre de motivation, l'objectif est de vous faire démarquer comme candidat.e potentiel.le pour le poste, en mettant en avant vos compétences, expériences et motivations. Les formules suivantes doivent être adaptées en fonction de votre profil, de vos expériences, et de la spécificité du poste et de l'entreprise visée. Il est important de personnaliser votre lettre de motivation pour chaque candidature, en mettant en lumière les aspects de votre parcours les plus pertinents pour le poste.

**Voici quelques formules utiles à intégrer dans le corps de la lettre**

### **1. Présentation de vos compétences et expériences:**

- Pour mettre en avant une expérience:

- Au cours de mon précédent emploi chez [Nom de l'entreprise], j'ai eu l'opportunité de [action ou responsabilité], ce qui m'a permis de développer [compétence ou qualité].
- Mon expérience en tant que [votre poste] m'a enseigné l'importance de [compétence ou qualité], une compétence que je suis prêt à mettre au profit de votre équipe.

- **Pour souligner une compétence spécifique:**

- Maîtrisant [compétence], je suis capable de [action ou résultat que vous pouvez obtenir grâce à cette compétence].
- Je me distingue particulièrement dans [domaine ou compétence], une expertise que j'ai pu approfondir à travers [expérience, formation ou projet].

## **2. Expression de votre motivation pour le poste et l'entreprise:**

- **Pour montrer votre intérêt pour l'entreprise:**

- Je suis particulièrement attiré par [aspect de l'entreprise], une valeur/stratégie que j'estime essentielle et que je souhaite contribuer à développer.
- Votre engagement envers [mission ou valeur de l'entreprise] résonne particulièrement avec mes propres valeurs professionnelles.

- **Pour expliquer pourquoi vous postulez à ce poste:**

- Convaincu que je peux apporter [contribution spécifique] à votre équipe, je suis très enthousiaste à l'idée de participer à [projet ou objectif de l'entreprise].
- Rejoindre votre entreprise représente pour moi l'opportunité de [ce que vous espérez accomplir], en alignement avec mes aspirations professionnelles.

## **3. Mise en avant de vos qualités personnelles:**

- **Pour illustrer une qualité personnelle:**

- Mon sens de [qualité], combiné à ma capacité à [action ou compétence], m'ont souvent été bénéfiques dans des situations telles que [exemple].
- Je suis reconnu(e) pour mon [qualité] et ma capacité à [action ou compétence], des atouts que je suis prêt(e) à mettre au service de votre équipe.

## **4. Illustration par des exemples concrets:**

- **Pour fournir des preuves de vos réalisations:**

- Sous ma responsabilité, le projet [nom du projet] a vu son [résultat ou performance] augmenter de [pourcentage], témoignant de mon aptitude à [compétence ou qualité liée à cette réussite].

- J’ai réussi à [réalisation spécifique], ce qui a démontré ma capacité à [compétence ou qualité en relation avec cette réalisation].

## **Formules à utiliser par un(e) jeune diplômé(e) sans beaucoup d’expérience professionnelle**

Quand on débute dans le marché du travail et on n’a pas beaucoup d’expérience professionnelle, il est crucial de mettre en avant ses études, stages, projets universitaires, compétences transférables, qualités personnelles, et motivation. Chaque profil professionnel est unique et peut apporter de la valeur à l’entreprise. Un des traits très appréciés chez les jeunes diplômé.e.s est leur volonté d’apprendre (auprès des collègues plus expérimentés) et leur capacité de s’adapter aux exigences du poste (heures sup, déplacements fréquents, etc).

**Les formules suivantes sont adaptées pour valoriser ces éléments dans une lettre de motivation**

### **1. Mise en avant de la formation et des connaissances acquises:**

- Fraîchement diplômé(e) de [nom de l’établissement], où j’ai acquis une solide formation en [domaine d’études], je suis désireux(se) d’appliquer ces connaissances au sein de votre entreprise.
- Mon parcours académique m’a permis de développer une compréhension approfondie de [sujet ou compétence], notamment à travers [exemple de projet ou de mémoire].

### **2. Présentation des stages ou des expériences académiques:**

- Bien que récemment entré(e) sur le marché du travail, mon stage chez [nom de l’entreprise] m’a offert une première expérience significative en [domaine], où j’ai pu [action réalisée ou compétence développée].
- Au cours de mon stage à [nom de l’entreprise], j’ai eu l’opportunité de mettre en pratique mes connaissances en [domaine], en contribuant activement à [projet ou tâche spécifique].

### **3. Valorisation des projets universitaires ou personnels:**

- Mon projet de fin d’études, centré sur [sujet du projet], m’a permis de développer des compétences pratiques en [compétences acquises], ainsi qu’une capacité à travailler efficacement en équipe.

- J'ai initié un projet personnel qui consistait à [description du projet], une expérience qui m'a enseigné l'importance de [compétence ou qualité développée].

#### **4. Mise en avant des compétences transférables et des qualités personnelles:**

- Ma capacité à [compétence transférable, comme résoudre des problèmes ou communiquer efficacement] a été régulièrement mise à l'épreuve au cours de mes études et de mes divers engagements associatifs.
- Reconnu(e) pour mon [qualité, comme la persévérance ou la créativité], je suis capable d'apporter une nouvelle perspective et de l'énergie à votre équipe.

#### **5. Expression de la motivation et de l'enthousiasme pour le poste:**

- Extrêmement motivé(e) à l'idée de débiter ma carrière professionnelle au sein de votre entreprise, je suis convaincu(e) que ce poste représente l'opportunité idéale pour appliquer mes connaissances et continuer à apprendre.
- Passionné(e) par [domaine lié au poste], j'ai hâte de contribuer à [objectif ou projet de l'entreprise], en apportant mon énergie et ma volonté d'apprendre.

## **Formules pour la conclusion d'une lettre de motivation**

La conclusion d'une lettre de motivation est cruciale car elle résume votre intérêt pour le poste et incite le recruteur à vous contacter. Ces formules doivent être adaptées selon le ton général de la lettre et le poste visé. Il est important de rester professionnel tout en exprimant un désir sincère de faire partie de l'entreprise. La conclusion doit laisser une impression positive et inciter le recruteur à passer à l'action, c'est-à-dire à vous contacter pour un entretien.

**Voici des formules efficaces pour conclure une lettre de motivation, en exprimant votre désir d'un entretien et en remerciant le destinataire**

#### **1. Expression de l'intérêt pour un entretien:**

- Je reste à votre entière disposition pour vous fournir toute information complémentaire ou pour nous rencontrer lors d'un entretien, afin de discuter plus en détail de ma candidature.
- Convaincu(e) de pouvoir apporter une contribution significative à votre équipe, je serais ravi(e) de vous exposer plus en détail mes motivations lors d'un entretien.

## **2. Affirmation de la volonté de contribuer au succès de l'entreprise:**

- Enthousiaste à l'idée de participer aux projets ambitieux de [nom de l'entreprise], je suis persuadé(e) que mon profil pourrait s'intégrer parfaitement à votre équipe. J'espère avoir l'occasion de contribuer à votre succès.
- Je suis impatient(e) de mettre mes compétences au service de [nom de l'entreprise] et de contribuer à la réalisation de vos objectifs.

## **3. Formule de politesse:**

- Je vous prie d'agréer, Madame/Monsieur, l'expression de mes salutations distinguées.
- Je vous prie de croire, Madame/Monsieur, en l'assurance de ma haute considération.

## **4. Remerciement pour l'attention portée à votre candidature:**

- Je vous remercie de l'attention que vous porterez à ma candidature et reste à votre disposition pour toute information complémentaire.
- Je vous remercie par avance pour l'intérêt que vous voudrez bien accorder à ma candidature et me tiens à votre disposition pour toute information supplémentaire.

## **5. Indication de disponibilité:**

- Disponible immédiatement, je suis à votre disposition pour convenir d'une date d'entretien selon votre convenance.
- Je me tiens à votre entière disposition pour un entretien à votre convenance, afin de vous démontrer toute ma motivation.

## **Formules de politesse**

Les formules de politesse ne sont pas exclusives à une lettre de motivation. Toute correspondance professionnelle ou administrative finit sur une formule de politesse. Terminer un courrier sur une note respectueuse laisse une dernière impression positive au destinataire et démontre aussi qu'on connaît les conventions de communication du milieu professionnel.

**Voici plusieurs options, allant du formel au plus personnalisé, pour finir votre lettre**

### **1. Très formel:**

- Je vous prie d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mes salutations distinguées.

- Veuillez agréer, Madame, Monsieur, l'assurance de ma haute considération.
- Veuillez accepter, Madame, Monsieur, l'expression de ma profonde gratitude.

## 2. Formel:

- Je vous prie de croire, Madame, Monsieur, en l'assurance de ma considération distinguée.
- Veuillez recevoir, Madame, Monsieur, mes salutations respectueuses.

## 3. Lorsque vous avez déjà rencontré la personne:

- Dans l'attente d'une réponse que j'espère favorable, veuillez agréer, Madame, Monsieur [nom de famille si connu], mes salutations les plus cordiales.
- En vous remerciant pour l'attention que vous porterez à ma candidature, je vous prie de recevoir, Madame, Monsieur, l'expression de ma considération distinguée.

## 4. Pour montrer votre enthousiasme:

- Espérant avoir l'opportunité de collaborer avec votre équipe, je vous prie d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mon enthousiasme le plus sincère.
- Dans l'attente d'un retour de votre part, je vous prie d'accepter, Madame, Monsieur, l'expression de ma motivation profonde.

## Conseils pour choisir la formule de politesse:

- **Adaptez votre formule de politesse** au ton de la lettre, à l'entreprise et au secteur d'activité. Un secteur créatif peut accepter des formules moins conventionnelles qu'un secteur traditionnel comme la finance ou le droit.
- **Personnalisez la formule** si vous connaissez le nom de la personne à qui vous vous adressez, cela montre une attention particulière.
- **Restez professionnel.le**: Même si vous optez pour une formule légèrement moins formelle, assurez-vous qu'elle reste respectueuse et professionnelle.

## Deux exemples de lettre de motivation

---

**Jean Dupont**

123, rue des Exemples

75001 Paris

Téléphone: 01 23 45 67 89

Email: jean.dupont@example.com

**À l'attention de Madame Sylvie Lefebvre**

Directrice des Ressources Humaines

Entreprise Innovante SA

456, avenue des Innovations

75002 Paris

**Le 20 février 2024**

*Objet: Candidature pour un poste de gestionnaire de projet*

Madame Lefebvre,

Je me permets de vous adresser ma candidature pour le poste de gestionnaire de projet au sein de votre entreprise, dont j'ai pris connaissance grâce à l'annonce publiée sur votre site internet. Titulaire d'un Master en Gestion de Projet obtenu à l'Université Paris-Dauphine, et fort d'une expérience de trois ans en tant qu'assistant de projet chez TechnoPlus, je suis convaincu de pouvoir contribuer efficacement à la réussite de vos projets d'innovation.

Au cours de mes précédentes expériences, j'ai pu développer des compétences clés telles que la planification stratégique, la coordination d'équipe et la gestion de budget, qui sont essentielles pour mener à bien les projets ambitieux de votre entreprise. Je suis particulièrement admiratif de la manière dont Entreprise Innovante SA intègre les nouvelles technologies pour répondre aux enjeux contemporains, ce qui correspond parfaitement à ma passion et à mes compétences.

Je suis également reconnu pour ma capacité à communiquer efficacement, tant à l'écrit qu'à l'oral, en français et en anglais, ce qui me permet de travailler harmonieusement avec des équipes multidisciplinaires et internationales. Ma capacité à résoudre les problèmes de manière créative et ma rigueur dans le suivi des projets sont des atouts que je suis impatient de mettre à votre service.

Convaincu qu'une collaboration serait mutuellement bénéfique, je serais ravi de vous rencontrer lors d'un entretien pour discuter plus en détail de ma candidature et de la manière dont je peux contribuer au succès de votre entreprise.

Je vous prie d'agréer, Madame, l'expression de mes salutations distinguées.

Jean Dupont

---



## Lettre de motivation 2:

---

**Marie Leroy**

789, boulevard des Exemplaires

69001 Lyon

Téléphone: 04 76 54 32 10

Email: marie.leroy@example.com

**À l'attention de Monsieur Pierre Martin**

Responsable du département Marketing

CréaWeb SARL

123, rue du Digital

69002 Lyon

**Le 20 février 2024**

*Objet: Candidature pour un stage en marketing digital*

Monsieur Martin,

Actuellement en deuxième année de Master Marketing Digital à l'EM Lyon, je suis à la recherche d'un stage de fin d'études d'une durée de six mois. Votre entreprise, reconnue pour son expertise dans les solutions web innovantes, représente pour moi l'opportunité idéale de mettre en pratique mes connaissances théoriques acquises durant mon cursus universitaire.

Au cours de ma formation, j'ai pu me familiariser avec les différents outils et stratégies de marketing digital, notamment le SEO, le marketing de contenu et les réseaux sociaux. J'ai également eu l'occasion de travailler sur des projets concrets lors de mes stages précédents, où j'ai développé une capacité d'analyse et une créativité qui me permettent de proposer des solutions marketing efficaces et innovantes.

Je suis particulièrement intéressée par la manière dont CréaWeb SARL utilise les dernières technologies pour aider ses clients à optimiser leur présence en ligne. Je suis convaincue que mon profil correspond aux compétences que vous recherchez pour ce stage, et je suis très enthousiaste à l'idée de pouvoir contribuer à vos projets.

Disponible dès le mois de septembre, je suis prête à m'investir pleinement dans les missions qui me seront confiées. Je reste à votre disposition pour un entretien, durant lequel je serais heureuse de vous exposer plus en détail mes motivations et mon parcours.

Je vous prie de croire, Monsieur, en l'expression de mes salutations distinguées.

Marie Leroy

# Composition d'un CV

Un recruteur passe environ 30 secondes sur un CV, surtout pour un poste très convoité. Il est évident que dans si peu de temps, il ne s'agit pas d'une lecture exhaustive, mais d'un premier tri. Comment passer cette étape de présélection et réussir à donner une première impression positive? Votre CV doit donner au recruteur des raisons pour le mettre dans le tas "à garder."

Il va sans dire que la mise en page de votre CV doit être soignée, sobre, et que le résultat doit faire plaisir à lire, sans demander un effort particulier. Par exemple, si vous avez choisi de mettre les dates après vos diplômes dans la section "Formation," faites de même dans la section "Expérience Professionnelle" et partout ailleurs où il y a des dates. Cette uniformité rend votre CV plus claire et guidera intuitivement le recruteur vers les informations que vous voulez mettre en valeur.

Évitez les polices de caractère extravagantes et l'utilisation excessive des mots en gras (bold). Votre CV, ainsi que votre lettre de motivation, doivent être écrits dans une police de caractère qui n'attire pas l'attention sur elle. Préférez une police de caractère serif, ou sans serif, communément employée. Dans vos documents professionnels, si vous ne maîtrisez pas les principes fondamentaux du design, ne mélangez pas plus que deux polices de caractère (par exemple: une police sans-serif pour les titres et une police serif pour le corps du texte).

Un CV doit bien cibler les besoins du poste pour lequel il a été rédigé, par exemple contenir les mots clés de l'annonce. En tant que candidat, vous devez mettre en évidence votre parcours et vos qualités mais aussi articuler votre projet professionnel. Si celui correspond à la description du poste votre CV aura la chance d'être retenu pour une relecture approfondie.

## Accroche

L'accroche est une partie du CV qui n'est pas obligatoire, mais qui peut être cruciale, car, en quelques mots bien choisis, elle facilite le recruteur à esquisser le portrait du candidat. Pensez à l'accroche comme au chapeau d'un article de journal.

"Le chapeau (souvent écrit chapô dans le milieu de la presse) est un texte généralement court, présenté en plus gros et/ou en caractères gras, précédant le corps d'un article de presse et dont le but est d'en encourager la lecture, par exemple en résumant le message." (source: Wikipedia)

Dans le cas d'un CV, l'accroche se trouve au dessus du titre du CV et elle résume en quelques mots le projet professionnel du candidat tout en faisant le lien entre son profil et le poste en question.

Puisque chaque offre d'emploi est différente, l'accroche d'un CV doit être personnalisée en fonction de l'offre, reprendre par exemple les mots clés de l'offre.

Dans le cas d'un CV générique, l'accroche (3 à 6 lignes) explique qui vous êtes, ce qui vous anime dans la vie (vos valeurs personnelles) et quelle est la contribution que vous voulez faire dans la société.

## Les rubriques

Les rubriques d'un CV sont des groupements d'informations spécifiques qui guident la lecture d'un CV. Les informations listées dans ces rubriques sont souvent classées par ordre chronologique, ou par ordre d'importance/pertinence.

**Informations personnelles:** Sous cette rubrique vous mettez votre nom, et vos coordonnées. Vous n'êtes pas obligés de mettre de photo sur votre CV, mais si vous choisissez de le faire, évitez les photos personnelles recadrées, comme par exemple les photos de vacances. Si vous optez pour la photo, choisissez un portrait fait par un photographe professionnel, si possible.

**Formation/Éducation:** Sous cette rubrique vous mettez vos diplômes et certificats de formation. Suivez un ordre antéchronologique (du plus récent au plus ancien).

**Expérience professionnelle:** Cette rubrique est la plus difficile pour une personne qui débute dans le marché du travail, ou pour une personne qui veut changer de carrière. La raison est que les expériences professionnelles passées doivent en quelque sorte contribuer à l'esquisse d'un profil cohérent et en lien direct avec votre projet professionnel actuel: l'emploi pour lequel vous postulez, ou votre projet entrepreneurial.

**Langues:** Les langues étrangères sont une compétence à part entière. En plus, elles sont appréciées dans tous les secteurs et elles sont indispensables dans toutes les professions. Faites une rubrique spéciale sur votre CV pour les langues et n'oubliez pas de noter votre niveau. Dans le cadre européen CEFR (Common European Framework of Reference for Languages) il y a six niveaux:

A1: Débutant, A2: Élémentaire, B1: Intermédiaire, B2: Intermédiaire avancé, C1: Avancé, C2: Expert

**Compétences informatiques:** L'habileté informatique est de plus en plus explicitement demandée dans le marché du travail aujourd'hui. En tant que candidats vous n'êtes pas censés seulement maîtriser des logiciels bureautiques (suite Microsoft, Google, Libre Office, etc), mais aussi avoir des compétences sur une gamme d'application plus spécialisées comme les CMS

(WordPress, Drupal, etc) les applications qui font de traitement de l'image, du son, et de la vidéo, et même des applications de gestion de projet (Slack, Teams, etc).

**Centres d'intérêt:** Sous cette rubrique vous pouvez mettre les activités extra-professionnelles: sportives, artistiques, associatives, etc. Attention, il s'agit d'activités pour lesquelles vous êtes passionné.e et que vous pratiquez régulièrement. Sinon, ce n'est pas la peine de les mentionner. Les activités de type "lecture, cinéma, jogging, visite de musée, etc" n'apportent rien d'extraordinaire sur votre profil et elles ne vous aident pas à vous faire démarquer.

## Activités

### Dans le rôle du recruteur (activité de groupe)

Vous dirigez l'entreprise française Multiprix implantée au Brésil et vous voulez changer l'apparence du site internet et le logo de la marque au Brésil.

Vous voulez donc recruter un.e web-designer.

Avec votre collègue:

1. Lisez et analysez [les deux CV sélectionnés](#).
2. Présentez alternativement la candidature que vous préférez. Pendant votre discussion appuyez vos arguments sur le parcours et le profil de chaque candidat.

Pistes pour l'interaction :

- Vous devez bien étudier chacun des deux CV avant la discussion, afin de connaître les forces et les faiblesses de chaque candidature. Vous pouvez même faire un tableau synthétique pour montrer les points forts et points faibles de chaque candidat.
- Il n'y a pas de CV nécessairement meilleur que l'autre.
- L'objectif est que vous développez un argumentaire en illustrant votre propos à partir des éléments du CV.

### Faire l'accroche

À partir des éléments du parcours professionnel de Cathia Lawson-Hall, imaginez et écrivez l'accroche de son CV. L'accroche doit être phrases) qui résume l'essentiel d'un profil professionnel.

Transcription:

Je m'appelle Cathia Lawson-Hall, je suis banquière à la Société générale, je travaille dans la banque de financement et d'investissement et je m'occupe de l'Afrique. Je m'occupe des gros clients de la Société générale sur le continent africain.

### **Qui est Cathia Lawson-Hall ?**

Je suis née au Togo, j'ai passé les premières années de ma vie au Togo avant de venir en France. Je vis en France depuis de nombreuses années. Et, aujourd'hui, je devrais plutôt dire que je vis entre la France et le continent africain dans son ensemble, parce que je voyage beaucoup et que je vais dans beaucoup de pays sur le continent. On dit souvent de moi que je suis quelqu'un d'énergique. Je suis volontaire, je suis énergique et j'ai un tempérament plutôt passionné.

### **Quel est votre parcours ?**

J'ai fait un bac scientifique. Ensuite, je suis allée à Dauphine, où j'ai étudié de la finance et de l'économie. J'ai commencé comme analyste financier dans une société de bourse, avant de rejoindre la Société générale en décembre 1999, donc, toujours comme analyste financier. Ensuite, j'ai fait du conseil en financement, avant de devenir banquier-conseil en charge du continent africain. J'ai choisi cette filière financière parce que j'ai fait des études en finances. Je trouvais ça intéressant, a priori. Et, à mesure que j'avais, je trouvais ça de plus en plus intéressant. Je me suis d'abord occupée de clients français avant de me diriger vers les clients africains, avec une volonté très forte d'offrir à mes clients africains le même service que j'offrais à mes clients français.

# Entretien d'embauche

L'entretien d'embauche est la dernière étape d'une candidature réussie. Décrocher un entretien d'embauche signifie que votre candidature a passé toutes les étapes préliminaires de sélection et qu'elle s'est démarquée.

Vous êtes donc convoqué.e.s à un entretien d'embauche.

Un entretien d'embauche est une première rencontre personnelle avec votre éventuel futur employeur. Celui-ci a été impressionné par votre dossier et désire de vous connaître en tant que personne. Comme c'est souvent le cas (ça dépend, bien sûr, du secteur d'activité, ou du poste que vous convoitez), un entretien d'embauche n'est pas une vérification de vos compétences, mais une estimation de votre personnalité, de votre caractère.

Comme pour le CV et la lettre de motivation, tout compte dans un entretien d'embauche. Les choix de votre tenue vestimentaire, votre expression verbale, mais aussi tout ce qui relève de la communication non-verbale, c'est-à-dire la posture du corps, les expressions du visage, la gestuelle. La communication non-verbale part du principe que le corps envoie aussi des messages à un interlocuteur lors d'un échange. Ces messages sont très importants et peuvent dévoiler des intentions refoulées.

Les entretiens d'embauche ne sont pas figés en un format. Ils se déroulent parfois à plusieurs (c'est le cas d'un candidat qui se trouve face à plusieurs personnes lors de son entretien) ou même en plusieurs étapes (le candidat rencontre d'abord son manager, puis dans un deuxième temps une personne de la direction du département des ressources humaines).

Chaque personne dans un entretien, ou chaque étape d'un entretien évalue différents aspects de la personnalité du ou de la candidat.e, pour conclure à la fin, si il ou elle est la personne idéale pour le poste.

## Questions à préparer

Pour la simulation de l'entretien d'embauche que nous ferons ensemble préparez des réponses à ces 5 questions.

1. **Pourriez-vous me parler un peu de vous?**

Utilisez l'accroche de votre CV comme point de départ pour répondre à cette question! Préparez une réponse concise qui met en valeur vos compétences et expériences les plus pertinentes pour le poste. Évitez de donner des informations personnelles non pertinentes.

**Exemple de réponse:** “Je suis diplômé.e en gestion d’entreprise et j’ai fait un stage dans le secteur du marketing digital. Chez mon dernier employeur, j’étais responsable de la stratégie de contenu, ce qui m’a permis de développer mes compétences en communication et en analyse de données. Je suis particulièrement motivé.e par les défis et l’innovation, ce qui m’a conduit à postuler pour ce poste.”

## **2. Pourriez-vous me citer une de vos qualités et un de vos défauts?**

Choisissez une qualité professionnelle qui vous caractérise en expliquant comment vous l’utilisez dans un contexte professionnel. Lorsque vous parlez de vos défauts, montrez que vous êtes conscient de vos faiblesses et que vous travaillez activement à les améliorer.

**Exemple de réponse:** “Je considère que ma plus grande qualité est ma capacité d’apprendre vite et de m’adapter aux changements. Je suis quelqu’un qui suit de près l’évolution des tendances dans le marketing digital et je sais ajuster mes stratégies pour créer du contenu original. Un domaine dans lequel je cherche à m’améliorer est la gestion du temps. J’ai tendance à me concentrer sur les détails, ce qui peut parfois me faire perdre de vue l’ensemble. Dernièrement, j’ai commencé à utiliser des outils de gestion du temps et j’ai constaté une amélioration.”

## **3. Préférez-vous travailler seul(e) ou en équipe?**

Il n’y a pas de bonne ou de mauvaise réponse à cette question. Cela dépend du poste et de l’entreprise. Un recruteur attend probablement une flexibilité de la part du ou de la candidat.e dans ce contexte. Montrez que vous êtes capable de travailler dans les deux contextes.

**Exemple de réponse:** “Je suis à l’aise aussi bien en travail d’équipe qu’en autonomie. Travailler en équipe me permet de bénéficier de différentes perspectives, ce qui enrichit le travail. Cependant, je sais aussi prendre des initiatives et avancer seul.e sur des projets, ce qui est crucial lorsqu’il est nécessaire de respecter des délais serrés.”

## **4. Imaginez le scénario suivant: vous travaillez sur un projet en équipe et un.e de vos collègues semble avoir perdu sa motivation, que faites-vous?**

Remonter le moral d’un.e collègue démotivé.e n’est pas chose facile, mais en faisant preuve d’empathie et en soulignant l’importance de la communication, on pourrait tenter d’améliorer la situation. Vous pourriez suggérer d’avoir une conversation ouverte et honnête avec le ou la collègue pour comprendre ses préoccupations.

**Exemple de réponse:** “Je prendrais le temps de discuter en privé avec le ou la collègue concerné.e pour comprendre les raisons de sa perte de motivation. J’essaierais de lui apporter mon soutien et de trouver ensemble des solutions pour surmonter les obstacles. Il est important pour moi de travailler dans une équipe où il y a du respect et du soutien mutuel.”

**5. Pourquoi vous et pas quelqu'un d'autre? Quel intérêt aurions-nous à retenir votre candidature plutôt qu'une autre?**

Cette question cache une autre: “avez-vous quelque chose à ajouter que nous n'avons pas encore abordé?” Il ne faut donc surtout pas répéter des informations données précédemment. Il faut aussi éviter les réponses arrogantes du type “parce que je suis le ou la meilleur.e.” Il suffit de mettre en avant une des vos compétences uniques qui n'a pas encore été mentionnée. Soyez précis et donnez des exemples concrets pour soutenir vos propos.

**Exemple de réponse:** “Je pense que ma capacité à m'adapter rapidement aux changements et à travailler efficacement sous pression sont des atouts qui correspondent aux défis auxquels votre entreprise fait face.”



# CV et LM — Activités à faire en classe

## Accroche

À partir des éléments du parcours professionnel de Cathia Lawson-Hall, imaginez et écrivez l'accroche de son CV. L'accroche doit être court (1 – 2 phrases) qui résume l'essentiel d'un profil professionnel.

Transcription:

Je m'appelle Cathia Lawson-Hall, je suis banquière à la Société générale, je travaille dans la banque de financement et d'investissement et je m'occupe de l'Afrique. Je m'occupe des gros clients de la Société générale sur le continent africain.

### Qui est Cathia Lawson-Hall ?

Je suis née au Togo, j'ai passé les premières années de ma vie au Togo avant de venir en France. Je vis en France depuis de nombreuses années. Et, aujourd'hui, je devrais plutôt dire que je vis entre la France et le continent africain dans son ensemble, parce que je voyage beaucoup et que je vais dans beaucoup de pays sur le continent. On dit souvent de moi que je suis quelqu'un d'énergique. Je suis volontaire, je suis énergique et j'ai un tempérament plutôt passionné.

### Quel est votre parcours ?

J'ai fait un bac scientifique. Ensuite, je suis allée à Dauphine, où j'ai étudié de la finance et de l'économie. J'ai commencé comme analyste financier dans une société de bourse, avant de rejoindre la Société générale en décembre 1999, donc, toujours comme analyste financier. Ensuite, j'ai fait du conseil en financement, avant de devenir banquier-conseil en charge du continent africain. J'ai choisi cette filière financière parce que j'ai fait des études en finances. Je trouvais ça intéressant, a priori. Et, à mesure que j'avancais, je trouvais ça de plus en plus intéressant. Je me suis d'abord occupée de clients français avant de me diriger vers les clients africains, avec une volonté très forte d'offrir à mes clients africains le même service que j'offrais à mes clients français.

# Équipes efficaces

Comme nous l'avons déjà constaté, il y a un lien fort entre le projet d'une entreprise et le profil de ses entrepreneurs. Comment donc l'identité des partenaires, leurs valeurs personnelles, et leurs ambitions contribuent à former leurs projets?

Avant de créer une entreprise réussie, il faut avoir une équipe efficace.

# Qu'est-ce qu'une équipe efficace? Comment reconnaît-on une équipe efficace?

Une équipe efficace est une équipe dont les membres ne travaillent pas seulement les uns à côté des autres, mais une équipe dont les membres travaillent harmonieusement ensemble dans une sorte de symbiose.

Travailler ensemble signifie qu'on fixe des objectifs ensemble, et si on les atteint on partage la réussite, si on ne les atteint pas on partage l'échec.

Ni la réussite, ni l'échec ne sont une affaire individuelle. Si l'équipe réussit tous les membres réussissent. Si l'équipe échoue tous les membres échouent.

Dans ce cas, la question que chaque membre de l'équipe doit se poser ne doit pas être "qu'est-ce que je peux faire pour réussir?" mais "qu'est-ce que je peux faire pour contribuer?"

## Alignement des groupes

Tout ce qu'accomplit une équipe, de l'organisation d'une soirée à la construction d'un avion, découle de son alignement. L'alignement est le processus consistant à faire converger les contributions individuelles pour atteindre un but partagé dans l'intérêt de tous. Il transforme des individus vaquant à<sup>1</sup> leurs tâches en contributeurs actifs et engagés. Travailler en équipe demande plus d'efforts que travailler seul; il faut, en plus de tenir son rôle, se synchroniser avec les autres. C'est le prix à payer pour atteindre des objectifs (plus ambitieux) que l'on ne peut accomplir seul.<sup>2</sup>

Comment effectuer l'alignement d'une équipe?

- Bien **définir les valeurs partagées** entre les membres d'une équipe.
- Bien **définir la mission et les rôles de chacun** pour accomplir la mission. Mais, soyez flexibles! Ne pas s'enfermer dans son rôle, donner des coups de main quand c'est nécessaire.

---

<sup>1</sup>vaquer à: se consacrer à

<sup>2</sup>Mastrogiacommo, Stefano, Alexander Osterwalder, Emily Borgeaud, Alan Smith, and Trish Papadakos. *Les 5 outils pour réussir en équipe: votre nouvelle boîte à outils pour construire l'alignement, créer la confiance et obtenir des résultats rapidement*. Paris: Pearson, 2021. p. 12

- **Communiquer.** Pour que la communication soit réussie, il faut une base commune et des règles établies au préalable entre les membres du groupe. Ne pas attendre un moment de crise pour commencer la communication! Avant d'entreprendre un projet avec un groupe, il faut penser au préalable à certains scénarios:
  - Quelle est la meilleure façon de communiquer?
  - Comment est-ce qu'on partage des information et des documents communs?
  - Qu'est-ce qui se passe dans le cas où le membre d'un groupe ne peut pas participer dans une séance de travail?

## Climat de sécurité psychologique

Quand on travaille en équipe pour obtenir un résultat, il ne faut pas oublier l'aspect humain de l'équipe—le bien-être de tous les membres de l'équipe.

Car, pour être créatif.ve, il faut se sentir à l'aise dans le groupe. Si on n'est pas à l'aise, on reste silencieux, de peur que si on prend la parole, on va faire des erreurs, on ne va pas être compris, etc. Cette attitude fait obstacle, pas seulement à la communication, mais nuit gravement à l'exploration des idées originales et à l'innovation.

Il faut donc **établir un climat de respect mutuel**, de sorte que les membres du groupe partagent librement leurs idées, sans essayer d'imposer une idée à la place d'une autre (surtout au moment du brainstorming). Il faut aussi **faire de la curiosité et de l'expérimentation des valeurs partagées** dans le groupe. Quand on est curieux, on entend attentivement les idées qui viennent des horizons différents du nôtre et on essaie des les combiner. Le résultat peut être expérimental au début, mais pour arriver à l'innovation, il faut passer par l'expérimentation!

Comportements d'apprentissage:

- Faites des retours, donnez du *feedback*. Rares sont les idées qui ne s'améliorent pas avec les retours des partenaires.
- Partager les infos. Rechercher des sources fiables pour vérifier vos suppositions. Si une supposition n'est pas vérifiée, elle doit être présentée comme telle et elle ne peut pas servir comme base solide pour un projet.
- **Demander de l'aide**, quand vous en avez besoin, ou quand vous n'êtes pas sûres de quelque chose.
- Parler des erreurs et corrigez-les, sans avoir peur ou honte d'elles! Les erreurs sont des opportunités d'amélioration.
- Être à l'écoute. Écouter les autres quand ils parlent c'est plus facile à dire qu'à faire. Ne pensez pas à votre réponse lorsque quelqu'un parle. Répétez ce que vous avez entendu avant de passez à votre réponse.
- Expérimenter. L'originalité, la créativité et l'innovation, ne tombent pas du ciel! Elles sont le résultat de l'expérimentation.

## **Communication non-violente**

Même dans les meilleurs équipes les désaccords, les malentendus, et même les conflits ne sont pas tout à fait évitables. Comment résoudre ces problèmes? La communication non-violente et votre alliée.

Si quelque chose ne va pas il faut en parler! Mais attention il faut parler de la chose qui ne va pas et pas de la personne! Voici la formule à suivre:

Quand tu fais \_\_\_ je me sens \_\_\_. J'ai donc besoin de \_\_\_. Pourrais-tu faire \_\_\_ s'il te plaît?

## **Module 4: Une idée d'entreprise**

# Activité de réseautage rapide (speed-networking)

## Qu'est-ce que c'est une activité de réseautage rapide?

Comme son nom l'indique le speed-networking ("réseautage rapide" en français surtout au Québec) est basé sur la pratique du speed-dating. Les séances de speed-dating consistent à des rencontres rapides entre célibataires en vue d'une liaison sentimentale. Ces rencontres ne durent pas plus que quelques minutes et fonctionnent sur la base de l'élimination. Dans un temps limité on rencontre un grand nombre de personnes pour ne garder le contact que de celles avec qui il y a eu une étincelle (*spark*) et une envie mutuelle de se revoir. Si c'est le cas, des rendez-vous ultérieurs avec cette personne peuvent être arrangés.

Le monde des affaires s'est aussi mis à cette pratique afin de permettre aux recruteurs de dénicher des talents et à tous les participants d'élargir leur réseau de connaissances professionnelles. Même si une rencontre de quelques minutes ne débouche pas immédiatement à la signature d'un contrat de travail, ou à un engagement de longue durée, les candidats, surtout des jeunes cadres sans emploi, profitent aussi de ces séances. Une séance de speed-networking leur donne la possibilité d'articuler leur projet professionnel et de mettre en valeur leurs points forts, et même d'admettre leurs faiblesses. Vous avez déjà pratiqué ces deux derniers points dans dans l'accroche de votre CV et dans l'entretien d'embauche.

## Quel est l'objectif de cette activité?

Les raisons principales pour cette activité de réseautage rapide sont:

1. **Apprendre à mieux se connaître:** Cette activité permet d'interagir avec tous les camarades de la classe, pour découvrir des intérêts communs, des expériences partagées ou des compétences complémentaires qui faciliteront le travail en groupe.
2. **Identifier des partenaires potentiels pour les projets de groupe:** À travers ces brèves conversations, vous pouvez évaluer la compatibilité en prenant en compte les facteurs comme la motivation, les valeurs personnelles et les qualités individuelles. L'objectif ultime est de former des groupes qui travailleront harmonieusement ensemble et qui auront une expérience enrichissante.

3. **Formation des groupes:** À la fin de cette activité on aura les formé les groupes.

- FREN 3035-002: 15 étudiants
  - 5 groupes de 3
- FREN 3031-001: 16 étudiants
  - Option 1: 4 groupes de 4
  - Option 2: 4 groupes de 3 et 1 groupe de 4

## Organisation de la séance

- Donner la liste des questions ([voir fiche](#)) suivante aux étudiants et leur donner la possibilité de les modifier, d'en ajouter, ou d'en soustraire.
- Une fois que les questions sont définies, on passe à l'activité. Chaque étudiant a un tête-à-tête avec un autre étudiant pour 3 minutes. À l'issue de cette séance, tous les étudiants remplissent la fiche en notant leur préférence des camarades avec qui ils veulent travailler et les camarades avec qui ils ne veulent pas travailler.

## Questions à préparer (~15 minutes)

Lisez attentivement la liste des questions suivantes. Ajoutez, éliminez, ou faites des modifications (si nécessaire) aux questions. Assuune réponse brève que vous donneriez à chaque question.

1. D'habitude quels sont les trois adjectifs que tes amis/famille/proches utilisent le plus souvent pour décrire ta personnalité?
2. Qu'est-ce que tu aimes le plus quand tu travailles en groupe?
3. Qu'est-ce que tu aimes le moins quand tu travailles en groupe?
4. Quelle qualités cherches-tu à un partenaire de groupe? (une à trois qualités)
5. Comment est-ce que tu gardes le morale et ta motivation quand un travail est long et difficile?
6. Quel talent, ou quelle compétence, aimerais-tu apprendre ou maîtriser?
7. Quel talent, ou quelle compétence, tu maîtrises déjà?
8. Quels sont tes aspirations professionnelles? Comment est-ce que tu imagines ta carrière professionnelle?



9. Y a-t-il un personnage historique ou célèbre qui t'as inspiré à suivre cette carrière professionnelle?
10. Est-ce que tu travailles actuellement, ou as-tu déjà travaillé dans le passé? Qu'est-ce que cette expérience t'apporte, ou t'as apporté?

## Déroulement de la séance

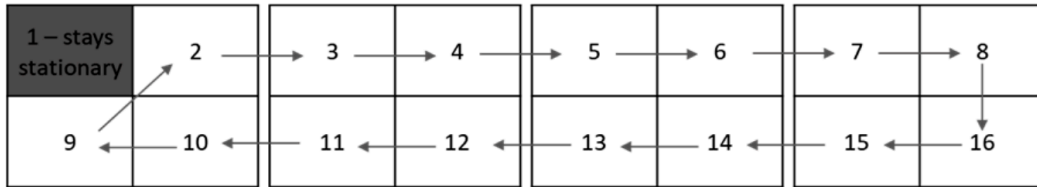


Figure 1: Diagramme pour montrer le déroulement de la séance du réseautage rapide

## Après l'activité notez vos préférences (~5 minutes)

---

Nom du/de la camarade (Prénom, NOM)	Travailler ensemble ? (Oui/Non/Peut-être)	Notes
---	--	-------

---

## Questions

Indiquez vos quatre premiers choix de camarades de classe avec qui vous aimeriez collaborer pour le projet de groupe.

1. D'après vos interactions lors de l'activité, avec quel camarade de classe préféreriez-vous travailler ? Pourquoi ?
2. Quel camarade de classe serait votre deuxième choix pour collaborer ? Pourquoi ?
3. Quel camarade de classe serait votre troisième choix pour collaborer ? Pourquoi ?
4. Quel camarade de classe serait votre quatrième choix pour collaborer ? Pourquoi ?

Indiquez jusqu'à quatre personnes avec qui vous préféreriez ne pas collaborer pour le projet de groupe. Veuillez expliquer vos raisons de manière respectueuse envers vos camarades de classe.

1. Avec quel camarade de classe aimeriez-vous le moins collaborer ? Pourquoi ?

2. Quel camarade de classe serait votre avant-dernier choix pour collaborer ? Pourquoi ?
3. Quel camarade de classe serait votre troisième choix en partant de la fin pour collaborer ? Pourquoi ?
4. Quel camarade de classe serait votre quatrième choix en partant de la fin pour collaborer ? Pourquoi ?

## **Optimiam: Activités (À faire en autonomie)**

# Pitch La Vie Laine – Activité à faire en autonomie

<https://www.youtube.com/watch?v=uqzdr4lWPYA&t=18s>

## La transcription de la vidéo

Bonjour à tous et merci pour votre présence. Nous sommes heureuses de vous présenter aujourd'hui notre projet d'entreprise *La Vie Laine*. Le défi<sup>1</sup> de cinq étudiantes bourguignonnes. Le but? Redynamiser la filière<sup>2</sup> de laine des moutons française par la création d'une marque écoresponsable de prêt-à-porter<sup>3</sup> 100% laine. Une démarche qui fait suite à<sup>4</sup> l'arrivée massive des fibres<sup>5</sup> synthétiques et à la délocalisation des industries. Nos produits français regroupent des valeurs environnementales et sociétales. Notre entreprise produit et commercialise un vêtement de qualité ayant une traçabilité<sup>6</sup> irréprochable<sup>7</sup> et participe directement à l'économie des petites entreprises françaises. *La Vie Laine* offrira un nouveau souffle<sup>8</sup> à la mode française. Ce n'est pas qu'une marque, c'est une proposition pour un nouveau mode de consommation.

Notre produit est en 100% laine, construit dans sa totalité en France dans le respect de l'environnement et suivant les tendances<sup>9</sup> mode actuelles. À l'aide des éleveurs des mou-

---

<sup>1</sup>obstacle, difficulté

<sup>2</sup>Un "accusé de réception" est une confirmation formelle indiquant qu'une lettre, un document, ou un colis a été reçu. Dans le contexte des communications électroniques, c'est souvent une notification automatique envoyée à l'expéditeur pour l'informer que son message a été livré ou ouvert par le destinataire. L'accusé de réception sert à assurer les deux parties de la bonne transmission des informations ou des biens envoyés.

<sup>3</sup>qui nous est désigné

<sup>4</sup>successifs

<sup>5</sup>fil, composant textile

<sup>6</sup>le parcours d'un produit de sa matière première à sa fabrication et sa distribution

<sup>7</sup>exemplaire, sans défaut, impeccable

<sup>8</sup>Revitaliser, régénérer, renouveler

<sup>9</sup>Les "tendances" désignent les directions ou les courants prédominants dans des domaines variés comme la mode, la technologie, l'économie, la culture, et les comportements sociaux, reflétant les intérêts, les préférences, et les valeurs émergentes d'une société à un moment donné.

tons<sup>10</sup> français, nous nous procurons<sup>11</sup> la matière première en valorisant une laine brute<sup>12</sup> composée de fibres 100% naturelles. Une matière noble et résistante que nos partenaires les entreprises de lavage, de filature<sup>13</sup> et de tricotage<sup>14</sup> de laine, transforment en un produit fin et doux puis en un produit fini, fidèle à nos valeurs et engagements. De plus, une société<sup>15</sup> de transport nous permet un acheminement<sup>16</sup> de chaque matériau entre chaque atelier. Enfin, chaque étape suit un protocole et un cahier des charges<sup>17</sup> rigoureux<sup>18</sup> ce qui fait de *La Vie Laine* un gage<sup>19</sup> de transparence et de traçabilité des conditions d'élevage, du bien-être des moutons, jusqu'à la commercialisation de nos pulls.

*La Vie Laine* mise sur un design de pulls à la fois intemporel et tendance pour séduire la gente féminine<sup>20</sup>. Celui-ci suivra les tendances et les saisons: chaud pour l'hiver et plus léger pour l'été. En plus, des collections été / hiver, notre marque proposera des collections capsules<sup>21</sup>, afin de varier les plaisirs et toujours proposer de la nouveauté. Notre pull s'adresse à des femmes de tout âge soucieuses de l'environnement et de l'origine des produits, qui cherchent qualité et style. Par un circuit court et entièrement réalisé en France la réduction des émissions du CO2 et l'emploi d'industrie locale, consommer *La Vie Laine*, c'est faire une action écoresponsable et solidaire.

Nous avons d'abord choisi de lancer notre produit dans une boutique en ligne pour pouvoir s'étendre et atteindre tout le territoire français. Puis nous ouvrirons notre propre boutique, à partir de la troisième année. Mais notre stratégie marketing ne s'arrête pas là. En effet, nous avons une valeur de zéro distance<sup>22</sup> avec nos consommateurs. Grâce aux réseaux sociaux, tel qu'Instagram, nous allons pouvoir être au plus proche de nos clients et collaborateurs via des vidéos, des photos et des posts réguliers sur le fonctionnement et le cheminement de nos produits, depuis les agriculteurs jusqu'à la conception et au modeling. Nous comptons aussi être présents dans les salons d'exposition de mode et d'agriculture, dans vos radios et dans de nombreux reportages.

Vous l'aurez compris, notre entreprise a la volonté de participer à la redynamisation d'une filière qui se meurt peu à peu. La filière de laine de mouton française. Ainsi, nous permettrons

---

<sup>10</sup>Un fermier, une personne qui s'occupe de la gestion de la reproduction, de l'alimentation, et du bien-être des animaux comme les moutons, les vaches, les chevaux, etc. Son travail est essentiel pour la production alimentaire et l'agriculture.

<sup>11</sup>Obtenir, acquérir, trouver

<sup>12</sup>laine naturelle non traitée

<sup>13</sup>Fabrication de fils textiles

<sup>14</sup>Le "tricotage" désigne l'acte de former un tissu en entrelaçant des fils à l'aide d'aiguilles à tricoter ou de machines. Cette technique permet de créer des boucles, appelées mailles, qui sont ensuite passées les unes dans les autres.

<sup>15</sup>une entreprise, une compagnie

<sup>16</sup>Transport, livraison

<sup>17</sup>dossier des spécifications techniques d'un projet

<sup>18</sup>Méticuleux, précis, soigneux

<sup>19</sup>garantie, preuve d'engagement

<sup>20</sup>les femmes élégantes, raffinées

<sup>21</sup>séries limitées, éditions spéciales

<sup>22</sup>relation directe

aux éleveurs des moutons français d’avoir un vrai débouché<sup>23</sup> tous les ans, multipliant le prix de vente de leur laine par 6, ce qui permet de pouvoir couvrir le prix d’une prestation<sup>24</sup> de tonte<sup>25</sup>. Nos entreprises partenaires, c’est-à-dire les agriculteurs et les ateliers sont déjà contactées. Nous n’avons plus qu’à nous lancer et vous présenter notre premier modèle. Alors n’hésitez pas à nous contacter via nos réseaux. Nous nous ferons un plaisir de<sup>26</sup> répondre à vos questions.

## Activité

Après la lecture du pitch [faite l’activité sur H5P](#).

---

<sup>23</sup>marché, opportunité de vente

<sup>24</sup>Une “prestation” désigne un service fourni par une personne, une entreprise ou une organisation à un client ou bénéficiaire.

<sup>25</sup>La “tonte” désigne l’action de couper ou de raser les poils ou la laine d’un animal, le plus souvent des moutons.

<sup>26</sup>Nous serons ravies de

## **La vie laine: Activités**



# Business Model Canvas: Interactif

NooNous u

Source: [BPI France](#)

---

Nous avons déjà vu le Business model Cavnas qui est un instrument de conceptualisation complète d'un projet entrepreneurial. Dans le cadre de ce cours, nous nous concentrons sur la première partie du tableau, notamment les numéros 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, sans s'occuper de la partie coûts et revenus 5, 9.

En cliquant sur l'illustration interactive ci-dessus, vous verrez plus en détail ce qu'il faut faire pour chaque partie lorsque vous êtes au stade de conceptualisation de votre projet.

Par exemple, d'abord il faut identifier un segment de clientèle (No 1). Ensuite, il faut proposer un produit ou un service qui porte la solution à un problème au segment de clientèle que vous avez identifié. Cette solution doit aussi être différente de quelque manière des solutions proposées par la concurrence (No 2). Ensuite, il faut penser à faire connaître l'existence de cette nouvelle solution à vos clients (No 3) et à commencer à créer des liens avec les clients (No 4). Par la suite il faut identifier toutes les ressources dont l'entreprise aura besoin pour produire la solution proposée (No 6). Une fois que vous avez l'idée, vous savez qu'il y a des clients qui seraient intéressés, et vous avez les ressources nécessaires, vous passez à la fabrication (No 7). C'est le processus à suivre pour passer de l'idée abstraite à la solution concrète. Enfin, comme une entreprise, surtout une startup, ne peut pas fonctionner sans partenaires, il faut créer des alliances solides. Celles-ci peuvent être entre l'entreprise et ses fournisseurs (ceux qui fournissent les matières premières), les sous-traitants (entreprises externes qui garantissent une partie ou la totalité de la production), les experts et les prescripteurs (pensez aux "power users" et aux influenceurs).

## Lexique 3

**chronophage** Adjectif d'origine grecque: “chrono” temps, “phage” manger. Quelque chose qui nécessite beaucoup de temps pour être accompli, qui donne l'impression d'avaler le temps.

**moyens de bord** Ressources, souvent limitées, disponibles dans un contexte immédiat. Cela implique l'utilisation de ce que l'on a sous la main pour résoudre un problème ou pour mener à bien une tâche. L'expression est souvent utilisée pour parler de situations où l'on doit se débrouiller en faisant preuve de créativité avec les ressources limitées que l'on possède.

**mettre à l'épreuve** Tester, évaluer, examiner, confronter aux difficultés L'expression “mettre à l'épreuve” signifie tester la résistance, la fiabilité, ou la qualité de quelque chose ou de quelqu'un dans des situations difficiles ou exigeantes. Cela peut impliquer de soumettre une personne à des défis pour évaluer ses compétences, son endurance ou son caractère, ou bien tester un produit ou un concept pour vérifier sa performance sous contrainte. L'idée est d'observer comment l'objet ou la personne réagit face à des difficultés, afin de juger de sa valeur ou de son efficacité.

**tout à fait** Absolument, complètement, entièrement

**périssable** quelque chose qui ne dure pas. Le terme s'applique souvent aux produits frais, comme les fruits, les légumes, la viande, et les produits laitiers, mais peut aussi concerner d'autres produits nécessitant une conservation spécifique. Les biens périssables requièrent des conditions de stockage adéquates pour prolonger leur durée de vie.

**commerce de proximité** Petits magasins ou établissements commerciaux situés près des zones résidentielles, offrant des produits et des services essentiels au quotidien: boulangeries, charcuteries, fromageries, pâtisseries, épicerie du coin, poste pharmacie... Ces commerces sont accessibles à pied pour les habitants locaux et visent à répondre rapidement et facilement à leurs besoins immédiats, favorisant ainsi une relation de proximité et de confiance entre les commerçants et la clientèle.

**grande surface** Une grande surface se trouve aux antipodes d'un commerce de proximité. Les grandes surfaces font souvent partie des chaînes de magasins qui proposent une vaste gamme de produits de consommation, souvent à des prix compétitifs, grâce à l'achat en gros. Ces établissements peuvent inclure des hypermarchés, des supermarchés, et des centres commerciaux, offrant des articles alimentaires, vestimentaires, électroniques,

appareils et produits ménagers, etc. Les grandes surfaces sont conçues pour être des lieux de shopping tout-en-un, facilitant l'accès à une multitude de produits sous un même toit.

**interpeller** attirer l'attention, provoquer une réaction de quelqu'un par une question, une remarque ou une demande, souvent de manière soudaine ou avec un certain degré de sérieux. Dans le contexte juridique ou policier, cela peut aussi désigner l'action de demander à une personne de s'arrêter pour vérification ou pour poser des questions liées à une infraction présumée. faire une remise

**un reçu** un ticket de caisse

**taux d'ouverture** Le "taux d'ouverture" est une métrique utilisée principalement dans le marketing par email pour mesurer le pourcentage de destinataires qui ont ouvert un email envoyé dans le cadre d'une campagne de communication. Le taux d'ouverture permet d'évaluer l'intérêt et l'engagement des destinataires pour le contenu proposé et d'ajuster les stratégies de communication en conséquence.

**le démarchage** Sollicitation commerciale, vente directe, approche directe

**(un) défi** épreuve, mission difficile, obstacle à surmonter

**(une) filière** le secteur d'activité

**prêt-à-porter** Vêtements fabriqués en série, en tailles standardisées, destinés à être portés sans modifications ou ajustements significatifs. Contrairement à la haute couture, qui propose des pièces uniques adaptées aux mesures spécifiques des client.e.s

**faire suite à** en réponse à, en conséquence de

**fibres** fil, composant textile

**traçabilité** le parcours d'un produit de sa matière première à sa fabrication et sa distribution

**irréprochable** exemplaire, sans défaut, impeccable

**offrir un nouveau souffle** Revitaliser, régénérer, renouveler

**tendance** Les "tendances" désignent les directions ou les courants prédominants dans des domaines variés comme la mode, la technologie, l'économie, la culture, et les comportements sociaux, reflétant les intérêts, les préférences, et les valeurs émergentes d'une société à un moment donné.

**éleveur des moutons** Un fermier, une personne qui s'occupe de la gestion de la reproduction, de l'alimentation, et du bien-être des animaux comme les moutons, les vaches, les chevaux, etc. Son travail est essentiel pour la production alimentaire et l'agriculture.

**se procurer** obtenir, acquérir, trouver

**laine brute** laine naturelle non traitée

**filature** fabrication de fils textiles

**tricotage** Le “tricotage” désigne l’acte de former un tissu en entrelaçant des fils à l’aide d’aiguilles à tricoter ou de machines. Cette technique permet de créer des boucles, appelées mailles, qui sont ensuite passées les unes dans les autres.

**une société** une entreprise, une compagnie, une boîte

**un acheminement** transport, livraison

**un cahier des charges** dossier des spécifications techniques d’un projet

**rigoureux** Meticuleux, précis, soigneux

**un gage** garantie, preuve d’engagement

# Brainstorming

Comment trouver une idée de start-up? Comme nous avons déjà vu, surtout avec le business modèle Canevas, une entreprise doit identifier et répondre à un problème et cette réponse doit être bien reçue par un public spécifique. La solution à ce problème viendrait alors sous forme de service ou de produit que l'entreprise mettraient en vente à une certaine clientèle, préalablement aussi identifiée.

Mais, sauf exception d'une idée très originale et audacieuse qui "révolutionne" un secteur ou une industrie, on se doute qu'il y a déjà dans le marché des entreprises qui proposent déjà des solutions pour le même problème. Mais est-ce que ces solutions conviennent à toutes et à tous? Il peut y avoir une myriade de réponses à un problème. Comme nous sommes différent.e.s les unes des autres, il nous faut des solutions qui répondent au plus près de nos besoins.

Prenez l'amour par exemple. On cherche toutes et tous l'amour et l'amitié, à court ou à long terme. Et, dans ce domaine, il y a plusieurs solutions proposées par autant d'applications différentes: tinder, okcupid, bumble, hinge, grindr... Il y a des applis hétéros, homos, pour groupes ethniques spécifiques, pour types de corps particuliers, pour préférences alimentaires... Bref, dans le domaine d'applis de rencontres, il y en a pour tous les goûts.

Comme le numérique s'est bien installé dans notre quotidien (depuis un moment déjà) les entreprises et les start-up proposent de plus en plus des solutions en forme de "ponts digitaux". Dans [cette page du journal en ligne Madyness](#) vous pouvez explorer tous les secteurs professionnels qui sont en mutation numérique. Ainsi, pour citer quelques uns, vous avez:

- L'Adtech fait référence aux nouvelles technologies utilisées dans l'industrie de la publicité.
- L'AgriTech regroupe toutes les startups et entreprises qui mettent au point des technologies agricoles.
- La Biotech regroupe toutes les startups et entreprises qui mettent au point des technologies de manipulation du vivant.
- La Medtech regroupe toutes les startups et entreprises qui mettent au point des technologies médicales, hors manipulation du vivant (considérée comme la Biotech).
- La Deeptech regroupe toutes les startups et entreprises qui mettent au point des technologies de recherche pointue (IA, blockchain...) qui ne s'appliquent pas à un domaine particulier.
- L'E-commerce regroupe toutes les startups et entreprises de vente en ligne.
- La Edtech regroupe toutes les startups et entreprises qui mettent au point des technologies éducatives.

- Les secteurs de la foodtech et de la winetech regroupent toutes les startups et entreprises ayant trait à l'alimentation (hors agritech) et les technologies ou innovations liées aux vins et spiritueux.
- La Martech regroupe toutes les startups et entreprises qui mettent au point des technologies marketing, qui boostent l'activité de l'entreprise.
- Le secteur du Retail regroupe les startups et technologies qui améliorent l'expérience de vente.
- Le secteur rh / management regroupe toutes les startups et entreprises qui mettent au point des technologies de recrutement et de gestion des équipes. (RH c'est l'acronyme de ressources humaines).
- Le secteur de la mobilité regroupe toutes les startups et entreprises qui mettent au point des technologies de transport de personnes (y compris la SpaceTech).

Et votre entreprise dans quel secteur appartiendra?

## Brainstorming

(source: [Wikipédia](#))

### Qu'est-ce que le brainstorming?

Le *brainstorming*, (remue-méninges en Français) est une activité de groupe. Tout.e seul.e on ne fait pas du remue-méninges, on réfléchit, tout simplement.

C'est une méthode pour les groupes de générer le plus grand nombre d'idées possibles avant de se concentrer au développement de l'une d'entre elles plus tard.

Deux principes de base définissent le *brainstorming*: la suspension du jugement et l'étendue de la recherche.

Ces deux principes de base se traduisent par quatre règles:

- se laisser aller (*freewheeling*) pour obtenir le plus grand nombre d'idées possibles
- toute idée, aussi farfelue<sup>1</sup> soit-elle, est la bienvenue
- s'abstenir de toute critique des idées proposées
- rebondir (*hitchhike*) sur les idées exprimées: toute combinaison ou amélioration est la bienvenue

---

<sup>1</sup>obstacle, difficulté

# Les phases d'une séance de brainstorming

## Phase 1: Préparer

- Définition de l'objet du *brainstorming*: **générer des idées pour une start-up.**
  - Quel est le problème?
  - Qui sont les clients?
  - Quelle est la solution?
- Constitution de l'équipe de travail:
  - groupes de 2 partenaires
- Organisation de la réunion:
  - Pour commencer, rappeler-vous de vos valeurs de groupe. Ensuite, pensez comment ces valeurs vont être servies quand vous essayez de trouver une solution à un problème.

## Phase 2: Animer

- Ne jamais critiquer les idées des autres. **Tout noter!**
- Débrider sa créativité en exprimant toutes ses idées sans réserve et sans autocensure.
- Rebondir sur les idées des autres et les améliorer car la quantité d'idées est importante.

## Phase 3: Capitaliser et valoriser

- **Développement et combinaison** : Explorer les idées générées, les développer davantage et voir si certaines peuvent être combinées pour créer des solutions plus complètes.
- **Évaluation et sélection** : Examiner les idées selon des critères prédéfinis et sélectionner celles qui semblent les plus prometteuses pour atteindre l'objectif fixé.
- **Plan d'action** : Définir les étapes suivantes pour mettre en œuvre les idées sélectionnées.

# Le pitch

## Le pitch

À l'issue de la phase de la conceptualisation d'un projet, chaque équipe doit être en mesure d'expliquer son projet de façon claire et convaincante. C'est l'heure pitch! Dans le monde des affaires le pitch varie d'une brève présentation informelle, à un exposé formel devant des investisseurs, des partenaires, ou des clients. Le pitch est aussi important que l'idée même!

Le pitch peut avoir plusieurs fonctions selon le stade de l'évolution d'un projet. À un stade initial, il permet aux équipes d'obtenir des retours (*feedback*) pour améliorer leur idée, à un stade plus avancé, il permet aux équipes à chercher du financement (présenter leur idée à des investisseurs pour faire des levée de fonds), et même à des partenaires pour la promotion de l'entreprise.

Si le pitch n'arrive pas à convaincre son public, ou à susciter de l'intérêt, l'idée entrepreneuriale qui se trouve derrière, risque de tomber à l'eau<sup>1</sup>.

Le pitch est un discours bien organisé et bien répété(!) et qui prend des formes variées selon le public. La longueur de ces formes varie aussi. Le pitch peut aller d'une **phrase-projet** à un exposé beaucoup plus détaillé comme celui de l'équipe *La Vie Laine*.

## La phrase-projet

La phrase-projet est, comme son nom l'indique, une phrase qui résume bien les points essentiels d'un projet entrepreneurial: le(s) métier(s)/secteur(s) professionnel(s), le produit/service, le client, la spécificité de l'entreprise.

Par exemple, voici la phrase-projet d'OptiMiam:

OptiMiam est une appli qui crée un "pont digital" entre les consommateurs et les commerçants du quartier, afin que les uns puissent avoir accès à des produits de qualité à un prix réduit, et que les autres vendent leurs produits périssables sans les gaspiller.

Dans cette phrase tout y est:

---

<sup>1</sup>d'être abandonnée



1. “Une appli” signifie que le secteur professionnel est l’informatique. Il faut donc employer des développeurs pour créer ce service.
2. Les consommateurs: ce sont les clients, ceux qui payent.
3. La valeur unique de cette idée: les consommateurs mangent des produits frais moins cher, les commerçants se débarrassent de leurs surplus.
4. L’impact social: OptiMiam permet à une clientèle qui cherche des bons plans (étudiants, chômeurs, familles nombreuses, etc) de consommer moins cher, et elle permet aussi les commerçants d’éviter de gaspiller de la nourriture.

À partir de cette phrase on peut développer le pitch pour donner des clarifications nécessaires sur tel ou tel point.

## **Présentation orale d’un pitch selon la séquence de motivation de Monroe**

La séquence de motivation de Monroe est un modèle de communication persuasive en 5 étapes, développé par Alan H. Monroe dans les années 1930. Ce modèle est à la portée de tous, et il s’avère être un instrument très efficace dans les présentations professionnelles. Ce modèle est largement utilisé dans le monde des affaires pour structurer un message de manière convaincante et motiver l’auditoire à agir.

### **1. Attirer l’attention**

La première étape consiste à capter l’attention de votre auditoire. Vous pouvez y parvenir en utilisant une accroche intéressante, une histoire captivante, une statistique surprenante, ou une question provocante. L’objectif est de susciter l’intérêt de votre public dès le début de votre présentation.

### **2. Établir le besoin**

Ensuite, vous devez convaincre votre auditoire qu’il existe un problème ou un besoin spécifique qui doit être résolu. Mettez en évidence les défis actuels, les opportunités manquées ou les conséquences négatives de l’inaction. Cette étape vise à créer un sentiment d’urgence et à préparer votre public à votre solution proposée.

### **3. Satisfaire le besoin**

Une fois que vous avez établi le besoin, présentez votre solution de manière claire et convaincante. Expliquez comment votre idée peut résoudre le problème identifié. Mettez en avant les avantages uniques de votre solution et montrez comment elle répond à des besoins spécifiques.

#### 4. Visualiser le futur

Aidez votre auditoire à imaginer un avenir positif où votre solution est mise en œuvre avec succès. Décrivez les résultats bénéfiques, les améliorations et les opportunités qui découleront de l'adoption de votre proposition. Cette étape vise à créer un désir fort pour votre solution en montrant à votre public ce qu'il peut gagner.

#### 5. Appel à l'action

Enfin, concluez votre présentation par un appel à l'action clair et spécifique. Dites à votre auditoire exactement ce que vous voulez qu'il fasse, que ce soit acheter votre produit, s'inscrire à votre service ou soutenir votre idée. Rendez-leur la tâche aussi simple que possible et fournissez toutes les informations nécessaires pour qu'ils puissent agir immédiatement.

# Conseils avant le brainstorming

**Comment générer des idées pour une entreprise? Écoutez les conseils des Abou Touré et Dembo Dramé, fondateurs de Onzic.**

Regardez [cette vidéo](#)

Questions:

- Qu'est-ce que Isham fait au début de la vidéo? Pourquoi il colle des postit partout? Qu'est-ce qu'ils contiennent?
- L'aspiration d'Isham est de "monter une boîte." Qu'est-ce que ça veut dire?
- Dans un moment humoristique, on voit Isham se déguiser en Superman, en Jedi, en artiste et en Napoléon. Quelle est la signification derrière ce segment de la vidéo?
- Quelle est l'idée de l'appli Onzic? Résumez-la en une phrase projet.
- Quelles ont été les étapes de développement d'Onzic?
- Quelles sont les conseils des fondateurs d'Onzic pour les jeunes entrepreneurs qui cherchent des idées?
- Dans quel secteur s'active la startup onzic? (liste des secteurs sur Madyness)
- Avec les mots du vocabulaire ci-dessus décrivez étapes logiques de la création d'une entreprise dans l'ordre chronologique.
  - conception et mise en épreuve d'un prototype
  - développement: l'industrialisation, l'expansion voire l'internationalisation
  - gestation<sup>1</sup> d'une idée
  - amorçage<sup>2</sup>: premier partage avec le public pour recevoir des retours et continuer à améliorer et ajuster l'offre

---

<sup>1</sup>obstacle, difficulté

<sup>2</sup>Un "accusé de réception" est une confirmation formelle indiquant qu'une lettre, un document, ou un colis a été reçu. Dans le contexte des communications électroniques, c'est souvent une notification automatique envoyée à l'expéditeur pour l'informer que son message a été livré ou ouvert par le destinataire. L'accusé de réception sert à assurer les deux parties de la bonne transmission des informations ou des biens envoyés.

## Conseils avant de commencer le brainstorming

- Inspirez-vous des problèmes de votre quotidien
- Soyez audacieux.ses avec vos idées
- Notez toutes les idées sur la fiche-brainstorming

## Séance de brainstorming

### Instructions

Dans cette activité, vous allez travailler en groupe pour générer des idées pour une startup. Si vous voulez, vous pouvez utiliser Copilot comme partenaire de groupe pour la séance de brainstorming. Suivez les étapes ci-dessous:

### Étape 1 : Définir vos valeurs et objectifs

s Avec votre partenaire, discutez de vos valeurs et objectifs pour votre startup. Quelles sont les choses les plus importantes pour vous ? Quel type d'impact voulez-vous avoir ? Quel problème voulez-vous résoudre?

Ensuite, partagez ces valeurs et objectifs avec Copilot:

#### Exemple de prompt

Copilot, nous voulons créer une startup qui [insérez vos valeurs/objectifs ici]. Peux-tu nous aider à générer des idées de startups qui correspondent à ces valeurs et objectifs?

### Étape 2 : Brainstorming d'idées

Avec Copilot comme partenaire de brainstorming, générez autant d'idées que possible pour votre startup. N'hésitez pas à penser de manière créative et à sortir des sentiers battus.

#### Exemples des prompts

- Copilot, quelles sont quelques idées de startups innovantes qui pourraient [insérez le problème que vous voulez résoudre]?
- Copilot, as-tu des suggestions pour des startups qui pourraient avoir un impact positif sur [insérez le domaine ou la communauté que

vous ciblez]?

- Copilot, peux-tu proposer des idées de business models uniques et durables pour une startup dans [insérez votre industrie]?

Notez toutes les idées générées lors de votre session de brainstorming avec Copilot.

### Étape 3 : Sélectionner les meilleures idées

Passez en revue toutes les idées de votre brainstorming et sélectionnez les 2-3 qui vous semblent les plus prometteuses. Considérez des facteurs comme l'originalité, la faisabilité, l'impact potentiel, etc.

### Étape 4 : Obtenir des conseils d'expert

Maintenant, demandez à Copilot de jouer le rôle d'un consultant en entreprise pour vous donner des conseils sur les idées que vous avez sélectionnées.

#### Exemples de prompts

- Copilot, en tant que consultant en entreprise, quels sont les principaux points forts et points faibles de [insérez votre idée de startup] ? Quelles recommandations aurais-tu pour améliorer cette idée?
- Copilot, si tu étais un investisseur, quelles seraient tes principales questions ou préoccupations concernant [insérez votre idée de startup]? Comment pourrions-nous y répondre de manière convaincante?
- Copilot, de ton point de vue d'expert, quelles seraient les prochaines étapes clés pour faire de [insérez votre idée de startup] une réalité?

Notez les conseils et les perspectives offerts par votre consultant Copilot.

### Étape 5 : Faire une réflexion

Enfin, réfléchissez sur cette expérience de brainstorming et de consultation avec Copilot.

- Est-ce que cette séance de brainstorming était fructueuse pour votre groupe? Qu'est-ce que Copilot a apporté au processus de génération d'idées?
- Les conseils Copilot en tant que consultant vous ont-ils fait voir votre idée de startup sous un nouvel angle?
- Comment cette expérience a-t-elle influencé votre façon de penser à la création d'une startup?

Soyez prêts à partager vos réflexions avec la classe.

Bon brainstorming!

# Pitch d'une startup: Travail écrit

## Objectif

L'objectif de ce projet est de travailler en groupe pour créer et présenter un pitch pour une start-up. Vous utiliserez le Business Model Canvas comme cadre pour développer le pitch de votre idée à l'écrit et la méthode de motivation de Monroe pour [présentez votre idée à l'oral](#).

## Étapes à suivre

### Étape 1 : Brainstorming

- Pour vous aider à générer des idées, vous aurez du temps à faire du brainstorming en classe, mais si ce temps n'est pas suffisant, vous vous retrouverez en dehors de la classe pour continuer ce travail.
- Il est important de **documenter vos sessions de brainstorming**, y compris les idées générées et les discussions (voir [fiche brainstorming](#))
- Pour cette étape, vous êtes autorisés à utiliser Copilot comme partenaire de groupe. Si vous choisissez de l'utiliser traitez-le comme un membre supplémentaire de votre équipe. C'est-à-dire quelqu'un qui est au courant de vos valeurs et de vos objectifs et qui contribue, autant que vous-mêmes, mais pas quelqu'un qui fait le travail à votre place.

### Étape 2 : Rédaction du pitch

En fonction de vos sessions de brainstorming, sélectionnez l'idée la plus prometteuse et développez votre pitch autour de cette idée. Rédigez un pitch de 800 mots en utilisant le Business Model Canvas comme structure. Voici les questions à vous posez:

- **Quel est le problème?**

Comme nous l'avons déjà constaté avec toutes les entreprises étudiées, les idées des projets entrepreneuriaux naissent à partir des problèmes que les entrepreneurs ont observé dans leur quotidien. À ces problèmes, les entrepreneurs proposent des interventions/solutions alignées avec leurs valeurs personnelles.

- **Quelle est la solution?**

Aux problèmes observés, les entrepreneurs proposent des solutions concrètes. Celles-ci sont ensuite développées en services ou produits et proposées à leurs clients.

- **Qu'est-ce que votre idée change?**

En quoi votre idée est différente des solutions qui existent déjà dans le marché? Qui est votre concurrence?

- **Qui elle concerne?**

Qui sont les clients potentiels qui seraient intéressés par la solution proposée? Il est important d'identifier un segment du marché, afin de pouvoir cibler le marketing.

- **Comment peut-on réaliser cette idée?**

Dans cette étape, il faut imaginer les phases de la production. Quelles ressources sont-elles indispensables? Les savoir-faire de quels métiers sont-ils nécessaires? Quels partenariats stratégiques sont-ils essentiels? Quel est le secteur d'activité de l'entreprise?

### **Étape 3 : Réflexion sur le processus**

Rédigez une réflexion de 200 mots sur votre processus du brainstorming au pitch final.

- Quelles étaient les idées initiales que vous aviez pour ce projet?
- Quelles ont été les contributions de chaque membre de l'équipe?
- Selon quels critères avez-vous éliminé les idées rejetées?
- Si vous vous êtes servis de Copilot pour la phase du brainstorming, comment son apport a-t-il influencé vos décisions et votre processus créatif?

### **Étape 4 : Présentation du pitch**

Présentez le pitch de votre idée dans une vidéo de 5 minutes. Pour une présentation captivante servez-vous de la méthode de motivation de Monroe.



## À rendre

Un document contenant :

- La documentation de vos sessions de brainstorming (fiche-brainstorming complète: 1 document par groupe)
- Votre pitch de 800 mots basé sur le Business Model Canvas (partie collaborative: 1 pitch par groupe)
- Votre réflexion de 200 mots sur le processus (partie individuelle: 1 réflexion par membre du groupe)

Une vidéo (~5 min) de votre pitch (1 vidéo par groupe, [voir description de la tâche](#))

## Boîte à outils

Veuillez trouver ci-dessous des ressources linguistiques pour vous aider. Ces ressources offrent des outils linguistiques utiles à tous vos cours de français.

- Bon usage de certains verbes qui posent problème: [Construction et emploi des verbes](#)
- Bon usage de certaines prépositions qui posent problème: [Prépositions et conjonctions](#)
- [Organisateurs textuels et transitions logiques](#)
- [Marqueurs de cause](#)
- [Marqueurs de conséquence](#)
- [Marqueurs de but et d'intention](#)
- [Marqueurs de condition et d'hypothèse](#)
- [Marqueurs d'opposition et de restriction](#)
- [C'est vs il est](#)

## **Module 5: Création d'une identité d'entreprise et d'un plan marketing**

# Le marketing

## Introduction

On a trouvé la solution à un problème et on a décidé de monter une boîte. On a testé la solution auprès d'un cercle restreint, mais maintenant on est prêts à lancer une campagne de marketing pour faire connaître la solution auprès de la clientèle concernée. Comment faire?

Il faut trouver une stratégie marketing (*mercatique* en français, mais le mot n'est pas couramment employé).

Le marketing consiste à **l'ensemble des actions ayant pour objectifs d'étudier et d'influencer les besoins et comportements des consommateurs** et de réaliser en continu les adaptations de la production et de l'appareil commercial en fonction des besoins et comportements précédemment identifiés.  
([source](#))

## Les étapes du marketing

1. Étude du marché. Cette étape permet de déterminer, parmi l'ensemble des consommateurs d'un marché, un segment spécifique qui serait susceptible d'être intéressé par le produit ou service de notre entreprise. Cette étape initiale permettra de mettre au point une stratégie de communication.
2. Stratégie de communication. Pour mettre au point une stratégie de communication, il faut savoir qui sont ses clients, par quel canal de communication les atteindre, comment construire le message de communication.

Toutes les entreprises ne communiquent pas de la même façon avec leurs clients. Par exemple, les entreprises bien établies n'ont pas besoin de se faire connaître au public. Au contraire, elles ont besoin de renouveler l'image de leur marque pour montrer à leurs clients qu'elles évoluent et qu'elles sont toujours à l'écoute de leurs besoins. Il faut montrer aux clients qu'elles ne sont pas démodées et qu'elles suivent, tout comme leurs clients, les nouvelles tendances. Ces entreprises, donc, lorsqu'elles communiquent avec leurs clients, elles leur rappellent l'histoire de la marque, ses valeurs, et sa mission. Ces communications sont sporadiques. Mais, quand une entreprise lance un nouveau produit ou un service, il est nécessaire de communiquer cette offre avec ses clients.

Pensez par exemple un constructeur automobile. Lorsqu'un nouveau modèle de la gamme est disponible sur le marché, des nouvelles publicités sont spécifiquement créées pour annoncer . Dans ce cas, pour que la communication soit réussie, la publicité met en valeur le plus grand atout du nouveau produit.

### **Matière à réflexion**

- Est-ce que les entreprises font le marketing de leurs produits elles-mêmes, ou est-ce qu'elles font de la sous-traitance?
- Comment appelle-t-on les entreprises responsables pour les campagnes de communication? (Choisissez une des trois réponses suivantes.)
  - Agences de publicité
  - La comm
  - Sous-traitantes de promotion

## Le nom d'une marque

Nous avons vu au début de ce semestre qu'une entreprise est une personne morale (*legal entity*). Ainsi, tout comme une personne physique, une entreprise doit aussi avoir une "carte d'identité" où il est inscrit son nom et l'adresse de son siège social (*headquarters*).

Mais, en dehors de ses obligations envers la loi, une entreprise doit acquérir une certaine reconnaissance dans le marché. Pour se démarquer donc de sa concurrence, une marque doit se doter d'un nom mémorable, et d'arriver à créer une image qui génère des associations positives auprès de ses clients.

C'est ce que la marque automobile Citroën tente de faire avec le lancement de son nouveau logo. Le lancement du nouveau logo est accompagné d'une campagne publicitaire pour rappeler à ses clients que Citroën se réinvente pour répondre à leurs besoins de mobilité, tout en s'engageant dans l'énergie verte afin d'assurer ses clients qu'elle fait sa part dans la réduction des émissions CO<sub>2</sub>. Ce marketing aide Citroën à se placer comme marque avec une conscience environnementale et à établir avec ses clients un rapport de confiance sur ce point. Ensuite les produits, dans le cas de Citroën, ses voitures, s'ils sont de qualité, renforceront la satisfaction des clients, voire gagner leur fidélisation.

**Pour résumer:** Une marque a besoin d'un logo qui sera porté comme un badge d'honneur par ses clients. Un logo ne vend pas nécessairement des produits, mais rappelle aux clients deux choses: l'histoire de la marque et ses valeurs. Citroën, dans sa campagne de révélation de son nouveau logo, ne vise pas à vendre des produits, mais plutôt à rappeler à ses clients que la marque est à leur écoute, et qu'elle est capable de faire les changements nécessaires pour répondre à leurs besoins. Le logo devient un miroir dans lequel les clients retrouvent leur propre image, ainsi que leurs valeurs, surtout en ce qui concerne la conscience environnementale.

# Le nom et le logo d'une marque

L'image et le mythe d'une marque reposent sur son nom et son logo. Ceux-ci fonctionnent comme **point de repère** pour le consommateur.

Il existe plusieurs types des noms pour une marque.

1. **Les nom transparents:** Bank of America, (le nom donne tout de suite une idée sur ce que l'activité de l'entreprise)
2. **Noms du fondateur:** Citroën, Ford, Disney... (cette approche est de moins en moins utilisée parce que les compagnies, surtout les startups, changent des propriétaires)
3. **Noms communs:** flaneurz, sayna, free (les mots “flâneur” (français) et “sayna” (malgache) existent dans le dictionnaire et ils se sont appropriés par les marques)
4. **Noms composés:** Optimiam, Wikipédia, Onedrive (se sont des mots valises)
5. **Noms préfixés ou suffixés:** iphone, shopify, Netflix (se sont des noms communs avec un préfixe ou un suffixe)
6. **Les acronymes:** IBM, BNP, AEG (Ce sont des noms à éviter parce qu'il est très difficile pour des startups d'associer leur valeurs avec un acronyme)
7. **Des noms inventés:** Häagen-Dazs (ça sonne danois mais en vérité ça ne veut rien dire)
8. **Des noms-phrases:** La vache qui rit (type de nom rare)

Quand vous êtes à la recherche d'un nom, mettez-vous à la place du consommateur mais regardez aussi la concurrence des acteurs qui sont déjà dans le marché. Un nom de marque doit être **mémorable, lisible, prononçable**.

# Création de l'identité d'une entreprise: le nom

La création de l'identité d'une entreprise est une étape cruciale pour établir une marque forte et reconnaissable. Cela implique le choix d'un nom accrocheur, mémorable, et facilement prononçable qui reflète les valeurs et la mission de l'entreprise.

## Les noms des entreprises étudiées

Flaneurz, Meet my mama, Opaline, Phenix, Onzic, La Vie Laine, Sayna

- Est-ce que les noms de ces entreprises sont accrocheurs, mémorables, et facilement prononçables? Pourquoi ou pourquoi pas?
- Est-ce qu'ils reflètent les valeurs et la mission de l'entreprise? Justifiez votre réponse.

## À vous

À vous de chercher un nom accrocheur, mémorable, et facilement prononçable pour votre entreprise. Cet exercice stimulera votre créativité et votre réflexion sur les mots c'est-à-dire leur étymologie<sup>1</sup>, leur signification (parfois-même leur polysémie<sup>2</sup>) mais aussi leur sonorité.

## Instructions

### Étape 1: Brainstorming (20 minutes)

Dans cette étape votre but est de générer une grande quantité des noms possibles, sans vous censurer. Pour affûter votre connaissance des mots, utilisez seulement un dictionnaire pour cette étape<sup>3</sup>. Vous pouvez également vous aider des procédés suivants.

---

<sup>1</sup>obstacle, difficulté

<sup>2</sup>Un "accusé de réception" est une confirmation formelle indiquant qu'une lettre, un document, ou un colis a été reçu. Dans le contexte des communications électroniques, c'est souvent une notification automatique envoyée à l'expéditeur pour l'informer que son message a été livré ou ouvert par le destinataire. L'accusé de réception sert à assurer les deux parties de la bonne transmission des informations ou des biens envoyés.

<sup>3</sup>qui nous est désigné

- Champ lexical<sup>4</sup>: faites des listes des mots qui appartiennent dans le même champ lexical.
- Synonymes: faites des listes des synonymes.
- Mots valises: fusionnez deux mots en un seul.
- Acronymes: créez un acronyme à partir des initiales de plusieurs mots.
- Expressions autour d'un thème, une valeur, une fonctionnalité.
- Nom des personnages mythiques dont les attributs pourraient évoquer une valeur de la marque. Par exemple Hercule évoque la force.
- Néologismes: noms qui n'existent pas.

## Étape 2: Tri et vérification

De tous les noms que vous avez généré dans l'étape précédente, faites le tri, et choisissez les 3 noms les plus prometteurs. Pour vérifiez l'originalité ainsi que la disponibilité du nom de votre entreprise utilisez effectuez des recherches sur [l'Institut national de la propriété industrielle \(INPI\)](http://www.inpi.fr).

## Étape 3: Tester

Avant d'arriver à une décision finale, testez votre sélection des 3 noms auprès de vos camarades.

(Voir fiche de vote)

---

<sup>4</sup>successifs





# Création de l'identité d'une entreprise: le slogan

Le lien entre le slogan et la marque



Les quatre recharges du stylo sont mises l'une à côté de l'autre et forment quatre bars d'un graphique statistique. Leur niveau d'encre montre une baisse. Sur un bout de papier il y a la note manuscrite: "**14h00: Économie La crise de 1929**". En bas à droite, on lit le mot "bic" et la phrase "**de toutes les matières.**"



Gros plan sur le stylo, là où il y a écrite l'origine de fabrication du produit: “**Made in France.**” Plus loin, sur un bout de papier on lit la note manuscrite: “8h00 Anglais, Les verbes irréguliers.” On note que le verbe anglais *to make* fait aussi partie de la liste des verbes irréguliers. En bas à droite, on lit le mot “bic” et la phrase “**de toutes les matières.**”



Les quatre recharges du stylo apparaissent en diagonale sur la page comme dans une formation des missiles de guerre. Sur un bout de papier on lit la note manuscrite, “**15h00: Histoire, La crise de Cuba.**” En bas à droite on lit le mot “bic” et la phrase “**de toutes les matières.**”



Le



stylo apparaît en gros plan sur la page. On voit clairement le côté avec les couleurs rouge et noir. Sur un bout de papier, il y a la note manuscrite “**16h00: Littérature, Stendhal.**” On note que Stendhal est l’auteur du fameux roman français du début du 19e siècle *Le rouge et le noir*. En bas à droite on lit le mot “bic” et la phrase “**de toutes les matières.**”



On voit

un gros plan du stylo, surtout le côté bleu et rouge. Sur un bout de papier il y a la note manuscrite “**10h00: Éducation civique, Liberté, Égalité, Fraternité.**” En bas à droite, on lit le mot “bic” et la phrase “**de toutes les matières.**”



Le

stylo apparaît comme une fusée spatiale. Sur un bout de papier on lit la note manuscrite “11h00: Physique, La conquête de l’espace.” En bas à droite on lit le mot “bic” et la phrase “de toutes les matières.”

### **Matière à réflexion**

- Qu’est-ce que ces images représentent à votre avis?
- Quel est le produit qui est mis en valeur?
- Quelle est la particularité de ce produit (sa proposition de valeur)?
- À qui s’adresse cette campagne publicitaire? Quels sont les indices textuels ou visuels qui peuvent justifier votre réponse?
- Quel est le slogan de cette marque? Où se trouve-t-il par rapport au logo de la marque?
- Quelle(s) conclusion(s) préliminaire on pourrait faire en ce qui concerne le logo et le slogan?

## **Activité**

Ci-dessous il y a une liste de quelques marques connues avec leurs slogans. Certaines marques ont souvent renouvelé leur slogan. Dans ce cas, choisissez celui que vous préférez, puis répondez aux questions suivantes:

### **Air France**

- Air France embellit le ciel depuis 75 ans
- Air France transporte tout, partout!
- Le ciel de vos vacances
- Le confort qui va vite
- Gagner le cœur du monde
- Faire du ciel le plus bel endroit de la terre

### **Yves Rocher (marque des produits de beauté naturels)**

- Ce qui est essentiel rend belle
- La science au cœur du végétal
- La science peut beaucoup, mais pas tout

- Un produit de beauté doit-il être cher pour être de qualité ?
- La science de la beauté par les plantes
- On n'a jamais autant respecté la nature des femme
- Leçon de beauté : être soi-même

### **Amora (marque de moutarde)**

- Pour multiplier vos menus
- Par amour du goût vrai
- Question goût, ça change tout
- Fine et forte
- Ma cuisine a plus de goût et ça change tout !
- Donnez bonne mine à vos plats
- Des recettes à réussir en un tour de main
- Par amour du gout

### **Darty (Magasin d'électroménager)**

- Le contrat de confiance.

### **Babybel (marque de fromage)**

- Un fromage sans façon que l'on mange de cent façons
- Du lait et de la bonne humeur à croquer
- Le bon petit fromage qui se sent bien partout
- Le petit fromage des grands sourires
- 360° de bonheur

### **Contrex (marque d'eau)**

- Mangez léger et buvez Contrex
- Partenaire de la mode
- Ligne et beauté
- Ne doutez plus, vous êtes très belle
- Mon partenaire minceur

## Maille (marque de moutarde)

- Toute la magie d'un goût subtil et fruité
- Il n'y a que Maille qui m'aille

### Matière à réflexion

- Quel type de consommateur est visé par chaque slogan? (adultes, enfants, adolescents, etc)
- Quelles qualités de la marque sont mises en avant par chaque slogan?
- Selon vous, quel est le slogan le plus attirant / accrocheur? Pourquoi?

## Typologie des slogans

1. **La phrase impérative ou injonctive:** le slogan impératif interpelle directement le public ciblé, c'est un appel à l'action. Le public est appelé à s'engager à une action avec le produit de la marque qui aura une effet positive dans sa vie.
2. **La phrase nominale:** le slogan à la forme nominale (une phrase sans verbe) permet la création des messages courtes qui accélèrent l'accès au sens. Ces slogans visent à créer des associations positives dans l'esprit du consommateur.
3. **Assertions malines:** enfin, il y a une troisième catégorie des slogans où la phrase empreinte les caractéristiques d'un proverbe, d'un aphorisme, ou d'un jeu de mots. Dans ce cas, il y a souvent des allitérations (répétition des consonnes) ou des assonances (répétition des voyelles) avec le nom de la marque, voire de la répétition du nom de la marque dans le slogan. Ce type de slogan facilite la mémorisation de la marque avec une association positive.

## À vous

(voir fiche-slogan)

Avec votre partenaire, revenez maintenant à votre propre entreprise. Quel est le nom que vous avez choisi pour votre marque? Écrivez-le sur la première colonne. Ensuite écrivez les trois principales qualités de votre marque. Faites un brainstorming pour trouver un slogan percutant et accrocheur dans chacune des trois catégories. Partagez vos slogans avec les autres groupes pour avoir leur retours, commentaires et suggestions d'amélioration.

# Création de l'identité visuelle de votre entreprise

## Objectif

L'objectif de ce devoir est de réfléchir sur l'identité (nom, slogan, logo) que vous avez développée pour votre entreprise. Est-ce que tous les éléments de l'identité de votre projet fonctionnent de façon optimale pour atteindre le marché cible?

## 1. Création

D'abord assurez-vous que vous avez les éléments suivants:

- **Nom de l'entreprise:** Le nom doit être pertinent avec l'activité de l'entreprise. Il doit aussi être mémorable et facile à prononcer.
- **Slogan:** Pour accompagner le nom de votre entreprise rédigez un slogan accrocheur. Votre slogan doit être court, impactant et refléter la proposition unique de votre entreprise.
- **Logo:** Pour la création de votre logo, je vous propose les options suivantes:
  - [logo.com](#)Links to an external site.
  - [logomakr](#)Links to an external site.
  - [Création de logo avec Adobe express](#)Links to an external site.
  - [Création de logo avec Canva](#)Links to an external site.

Ses sites (logo.com, Adobe Express, Canva) ne requièrent aucune expertise en graphisme de votre part et ils intègrent déjà des outils d'intelligence artificielle. Il vous suffit de leur donner des informations comme le nom de votre marque, le slogan et le secteur d'activité de votre entreprise. À la fin du processus automatique, vous aurez la liberté de faire des modifications supplémentaires si vous le souhaitez.



## 2. Consultation

Pour tester l'efficacité de l'identité visuelle de votre projet, sollicitez des conseils d'un expert. Celui-ci sera simulé par Copilot. Cette étape vous permettra de recevoir des retours et des conseils susceptibles à améliorer vos projets.

### Procédure à suivre pour la consultation:

1. Demandez à Copilot de simuler le rôle d'un directeur artistique avec une expertise dans la pub.
2. Présentez-vous ainsi que la raison pour laquelle vous le solliciter.
3. Demandez-lui d'évaluer le nom de votre entreprise en analysant ses forces et ses faiblesses et en vous proposant des conseils concrets pour l'améliorer.
4. Demandez-lui d'évaluer le slogan de votre entreprise en analysant ses forces et ses faiblesses et en vous proposant des conseils concrets pour l'améliorer.
5. Demandez-lui d'évaluer votre logo en analysant ses forces et ses faiblesses et en vous proposant des conseils concrets pour l'améliorer.

Dans votre interaction avec Copilot assurez-vous que vous utilisez un langage formel comme dans une vraie interaction professionnelle.

### Exemple de prompts

#### Initiez la conversation

Bonjour, vous êtes un directeur artistique dans la pub. Vous avez piloté plusieurs campagnes publicitaires, et vous avez une expérience et une expertise inégalée.

#### Attendez sa réponse

#### Présentez-vous ainsi que la raison pour laquelle vous le sollicitez

Nous sommes un groupe de jeunes étudiants-entrepreneurs et nous sollicitons vos conseils concernant le nom de notre startup. Celle-ci s'appelle [nom de votre startup] et il s'agit d'une [application/entreprise] qui [expliquez brièvement ce que fait votre startup et qui est votre marché cible]. Que pensez-vous de ce nom? Pourriez-vous nous indiquer ses forces et ses faiblesses? Quels conseils auriez-vous à nous donner pour l'améliorer?

#### Attendez sa réponse

Continuez la conversation, dans le même langage formel, pour le slogan et le logo.

### 3. Réflexion

Cette étape de réflexion est cruciale pour valider ou ajuster l'identité visuelle de votre projet en fonction d'un retour professionnel. Elle vous permettra de prendre des décisions stratégiques en ce qui concerne l'adoption ou la modification des éléments de l'identité visuelle de votre entreprise.

En groupe, réfléchissez sur les conseils reçus. Discutez des points suivants:

- Les conseils reçus sont-ils pertinents et applicables à votre projet?
- Les conseils reçus vous donnent-ils des directions claires pour améliorer tout ou partie des éléments suivants: nom, slogan, logo?
- Quels sont les risques si vous ne faites pas les améliorations proposées?
- Quelles sont les opportunités liées à la mise en œuvre des conseils reçus?

### Travail à rendre

Un fichier par groupe avec:

1. l'identité de votre entreprise: nom, logo, slogan
2. l'intégralité de votre interaction avec Copilot. **No screenshots please**, copy-paste all the parts of the conversation individually.
3. Une réflexion de 300 mots par groupe

## **Module 6: La vie d'entreprise**

## La vie dans une entreprise



### Mise en route

- Qu'est-ce que montre la photo? Comment peut-on la décrire?
- Où est-ce qu'elle a été prise?
- Qu'est-ce qui est typique et qu'est-ce qui est atypique dans cette photo?

### Extrait du film *Les 2 Alfred*

On regarde une scène du film *Les 2 Alfred* (2020) d'abord avec le son coupé.

Début 9:45 — Fin 15:32

### On fait des hypothèses

- À votre où se passe cette scène?
- Que se passe-t-il dans cette scène?

On regarde une scène du film *Les 2 Alfred* (2020) avec le son.

### On valide les hypothèses

- Quel est le rapport entre le jeune homme et l'homme âgé?
- Quel est le sujet de leur discussion?
- Est-ce qu'ils s'entendent bien?
- Par moments ils doivent se répéter pour se comprendre. Pourquoi?

### Vocabulaire utile

**partir en sucettes** expression familière qui illustre une tournure des événements vers le négatif, l'absurde, ou le comique

**dispo H24** abréviation pour disponible 24 heures sur 24

**plaît-il?** expression de politesse vieillie qui signifie: "Comments?", "Pardon, pourriez-vous répétez s'il vous plaît?"

**la fatuité** l'orgueil, l'arrogance

**la plus-value** profit, augmentation de valeur avec le temps

**marrant** drôle

**Martine Aubry** femme politique française

**même** enfant en langage familier

**on se brûle** expression familière qui veut dire on prend des risques, on travail très dur

**on se bouffe le cul** détournement vulgaire de la phrase "se bouffer le nez" qui veut dire se disputer.

**mission** tâche fixée avec des objectifs spécifiques qui doit être accomplie par un.e employé., ou un groupe d'employé.e.s

**tu me dropes ton “06”?** (**anglicisme, familier**) anglicisme tu me donne ton numéro de téléphone portable? (les numéros portables en français commencent par 06)

**faire sa petite commission** uriner

**rém (langage familier)** abréviation de rémunération, salaire

## Le jargon des entreprises

Écoutons l’émission Façon de parler: [Le jargon des entreprises](#)

### Transcription

#### Intro

Façon de parler, façon de parler, façon de parler (rires)

#### Caroline

Oui du coup Emilie, est ce que tu as pu revoir les slides...

#### Émilie

Je les ai mis du coup dans le [inaudible] screenshot de l’app. Je t’ai mis le le dernier update de la version que j’ai eu des dev...

#### Caroline

Ah oui je vois ça, oui.

#### Émilie

On parle de flex office aussi beaucoup maintenant.

#### Caroline

Je fais le reparting de ma journée de ma semaine. COMEX mais on parle aussi de CODIR de com up de stand up meeting meeting, lorsqu’il y a un crash program peut-être...

## **Journaliste**

Que vous soyez au bureau ou en télétravail, vous n’y échapperez pas. Dans les entreprises, à la rentrée, on fait le point<sup>1</sup> et on enchaîne les réunions pour parler des projets à venir.

La preuve avec Caroline et Emilie qui travaillent toutes les deux dans la télécommunication. Aujourd’hui elles sont en work at home et elles m’ont permis d’assister à leur réunion teams du matin.

## **Émilie**

Salut Caro, tu m’appelles pour qu’on revoie ta prés’? Oui c’est pour la prés’ devant le COMEX lundi.

## **Journaliste**

Alors la prés’, le COMEX... Les filles je vous arrête. Qu’est-ce que c’est la prés’?

## **Caroline**

La prés’ c’est une présentation tout simplement.

## **Journaliste**

Et le COMEX donc?

## **Caroline**

Alors, le comex c’est un peu plus compliqué. C’est le comité exécutif. C’est les représentants de la direction devant qui on va présenter notre projet.

On parle de COMEX, mais on parle aussi de CODIR, de COMOP, de COPIL. Ce sont des mots qui sont assez employés dans les entreprises, qui sont des raccourcis pour comité de direction, comité exécutif, comité opérationnel, comité de pilotage.

Ce sont soit des réunions très opérationnelles avec les équipes, soit des réunions avec des représentants à plus ou moins haut niveau.

---

<sup>1</sup>obstacle, difficulté

**Journaliste**

Et vous fonctionnez beaucoup comme ça, avec des abréviations.

**Caroline**

Oui, que ça soit des expressions spécifiques à l'entreprise, très internes, ou du monde du travail en général.

**Journaliste**

Donc là toutes les deux aujourd'hui, vous n'êtes pas sur le site de votre entreprise. Comment on dit Caroline?

**Caroline**

Alors, moi je parle de work to home. Donc, c'est du télétravail, travail à la maison.

**Émily**

Moi je dis plutôt remote. Je pense que les deux se valent. Mais en remote, je suis à distance, quoi.

**Journaliste**

Il y en a beaucoup d'autres des mots comme ça en anglais. Est-ce que c'est important quand on travaille dans une entreprise de bien parler anglais pour comprendre tous ces termes techniques?

**Caroline**

Alors, c'est l'anglais vraiment technique donc c'est assez simple. Ce n'est pas l'anglais qu'on utilise en voyage ou tous les jours. C'est des mots qui sont rentrés quelque part dans le langage courant.



## **Émily**

On va parler de To-do list, mais je pense qu'il y en a beaucoup qui en parlent en dehors du monde du travail. Mais on a notre To-do pour la journée. On verra ça au Daily de demain.

## **Journaliste**

Qu'est-ce que c'est le daily?

## **Émily**

Le daily, c'est un daily meeting. En fait, c'est une réunion quotidienne. Daily, ça veut dire quotidien en anglais. Il y a beaucoup d'équipes qui fonctionnent avec des réunions matinales qui vont décrire l'organisation de la journée.

## **Journaliste**

C'est comme la conférence de rédaction dans la presse par exemple.

## **Caroline**

Ah ça je ne connais pas par contre. Mais nous, on parle aussi de stand-up meeting...

## **Émily**

Parce qu'on est debout parce que c'est une réunion qui doit être très rapide, pas plus que quinze minutes. On est en stand up, on ne va pas se poser, on n'aura pas les PC, C'est censé<sup>2</sup> être très efficace.

## **Caroline**

On parle aussi de travailler en one roof, tous sous le même toit. C'est un endroit dans l'entreprise qui est réservé à ce projet.

---

<sup>2</sup>Un "accusé de réception" est une confirmation formelle indiquant qu'une lettre, un document, ou un colis a été reçu. Dans le contexte des communications électroniques, c'est souvent une notification automatique envoyée à l'expéditeur pour l'informer que son message a été livré ou ouvert par le destinataire. L'accusé de réception sert à assurer les deux parties de la bonne transmission des informations ou des biens envoyés.

## **Émily**

On parle de flex office aussi. Maintenant, office comme bureau et flex parce qu'on n'a pas un bureau attitré<sup>3</sup> comme avant, on va se placer en fait un bureau libre, c'est flexible. Si nous avons une task force ensemble par exemple...

## **Journalistse**

Ou là, ça y est. Vous m'avez perdue là. Une task force... Qu'est ce que c'est qu'une task force Émilie?

## **Émilie**

Un projet très urgent, difficile. Et donc on a besoin vraiment d'être ensemble plusieurs jours d'affilée<sup>4</sup>. On va être en task force. En gros, on se rassemble tous dans les mêmes locaux. Et pour vraiment que ce soit fluide, qu'on ne perde pas de temps.

## **Caroline**

On parle aussi de war room.

## **Journaliste**

War room donc, pièce de guerre. Décidément, on s'enfonce dans la crise...

## **Émily**

War room pour la task force. On est en mode combat, en gros, pour essayer de trouver la bonne solution, la bonne décision, les bonnes méthodes et travailler ensemble. Donc War Room, ça va être écrit sur la porte et personne n'y va. Et c'est dédié à résoudre un problème un peu critique.

## **Journaliste**

Bon ben, Caroline et Emilie, je vous laisse continuer votre prés'.

---

<sup>3</sup>qui nous est désigné

<sup>4</sup>successifs

**Caroline**

Oui, du coup coup, Émilie est-ce que tu as pu revoir les slides?

**Émilie**

Alors moi, j'avais juste des petites remarques. Mais je t'ai mis, du coup, de screenshots de l'app pour que tu puisses peut-être les remplacer parce qu'ils n'étaient pas tout à fait à jour. Je t'ai mis le dernier update de la version que j'ai eu des devs.

**Caroline**

Ah oui, je vois ça. Ouais.

**Journaliste**

Alors Caroline, ça fait beaucoup de termes techniques: les apps, les screenshots, les updates... est-ce que tu peux m'en dire un peu plus.

**Caroline**

L'idée, c'est que Émilie m'a envoyé des captures d'écran de la dernière version de l'application pour qu'on puisse présenter l'avancement du dev, des développements.

**Journaliste**

Et ça c'est quelque chose que vous allez voir toutes les deux en remote, en télétravail quoi.

**Caroline**

Exactement. Ou peut-être en physique, non? Tu passes la semaine prochaine?

**Émilie**

Oui, typiquement mercredi ou jeudi c'est bien pour moi.

## **Caroline**

Eh ben, rendez-vous dans le one roof mercredi, alors, bye bye.

## **Journaliste**

En anglais toujours!

### **Questions à propos de cet extrait audio**

- Quelle est la relation entre Caroline et Émilie?
- Où se trouvent-elles?
- De quoi parlent-elles?
- Sur quoi travaillent-elles?
- Pourquoi la journaliste a du mal à suivre leur conversation?
- Avant de présenter leur projet dans une réunion avant le COMEX quel document ont-elles besoin de rédiger?
  - un ordre du jour
  - un compte rendu

### **Matière à réflexion**

À partir de ces deux extraits (film et audio), le jargon des entreprises quel effet produit-il ?

# Ordre du jour

## Note sur le vocabulaire

Pour Noël, j'ai reçu un magnifique **agenda** de poche.  
Notre directrice a un **agenda** très chargé ces temps-ci.

Quel est le sens du mot agenda dans ces deux exemples?

## Ordre du jour

Caroline et Émilie préparent la réunion de leur projet pour lundi. Caroline envoie un email à Émilie pour lui rappeler de rédiger l'ordre du jour de la réunion. Lisez attentivement l'email de Caroline ensuite comblez les lacunes<sup>1</sup> dans l'ordre du jour d'Émilie (voir fiche ordre du jour).

Bonjour Émilie,

Je t'écris concernant notre présentation devant le COMEX lundi prochain le 23 Septembre. Je voulais juste te rappeler de rédiger l'ordre du jour de notre réunion. On se retrouve comme d'habitude dans la one roof. Il faudrait y inscrire les points suivants. D'abord, j'accueillerai les membres du comité exécutif et j'introduirai les différents points de notre présentation. On présentera ensuite la mise à jour de l'app avec les captures d'écran que je t'ai envoyées. Il faudra aussi rappeler les défis que nos développeurs ont rencontré puisque pour cette mise à jour, ils n'ont pas seulement débogué l'app, mais ils ont ajouté des nouvelles fonctionnalités d'où le retard d'exécution par rapport aux dates prévues. Après ta présentation, on aura le temps pour répondre aux questions de membres du comité exécutif, puis on ouvrira la discussion avec eux, en table ronde pour valider les points que tu as faits et pour voir s'il y a des nouvelles modifications à porter à nos développeurs. Enfin, on mettra au clair avec eux les prochaines étapes du projet.

Si tu as besoin d'aide ou si tu veux qu'on en discute davantage, n'hésite pas à m'appeler sur mon portable. Sinon, tu peux aussi m'envoyer un brouillon par email, et je pourrais y jeter un œil avant notre réunion lundi.

---

<sup>1</sup>informations manquantes

À très vite,  
Caroline

# Correspondance professionnelle

## Après la présentation devant le COMEX

Après la présentation devant le Comex, Caroline reçoit un email. C'est de la part d'Amélie, la directrice du COMEX. Le voici:

Objet : Soutien au projet et coordination avec expert en développement d'applications

Chère Caroline,

Suite à notre récente réunion concernant la mise à jour de l'appli, je tiens tout d'abord à vous remercier, vous et votre équipe, pour la qualité de la présentation et l'engagement manifeste envers le succès du projet. J'apprécie grandement votre professionnalisme et votre dévouement.

Comme évoqué à la fin de réunion, il est de notre intérêt commun d'assurer l'avancement du projet sans encombre<sup>1</sup> supplémentaire. À cet effet, je tiens à vous mettre en contact avec un développeur de renom, Mr Novak, afin de vous fournir le soutien indispensable à cette phase du projet.

L'expertise de Mr Novak dans le domaine des applications mobiles pourrait s'avérer inestimable pour votre projet. Mr Novak possède une expérience considérable et a déjà contribué au succès de nombreux projets similaires au sein de plusieurs startups.

Nous sommes convaincus que son accompagnement permettra de surmonter les défis techniques que vous rencontrez actuellement et d'éviter tout retard supplémentaire concernant le lancement de la nouvelle version de notre appli.

Veuillez trouver ci-dessous ses coordonnées :

Nom : Karl Novak

Email : knovak@devapp.com

Téléphone : 06 36 50 20 00

---

<sup>1</sup>obstacle, difficulté

Je vous encourage vivement à prendre contact avec lui dès que possible pour le mettre au courant de la phase actuelle du projet, ainsi que pour prendre un rendez-vous avec lui dans les meilleurs délais.

Je reste à votre entière disposition pour toute question ou besoin supplémentaire de votre part. N'hésitez pas à mes solliciter.

Encore une fois, merci pour votre travail et votre engagement. Au plaisir de vos nouvelles.

Cordialement,

Amélie Poullard  
Directrice COMEX

## L'étape suivante

Qu'est-ce que Caroline doit faire après la reception de l'email d'Amélie? Mettez ces actions dans l'ordre:

Ordre	Actions
	Caroline rédige un email à Karl Noval pour prendre un rendez-vous avec lui le plus tôt possible.
	Caroline confirme la nouvelle date de Karl Novak.
	Karl Novak répond à l'email. Malheureusement il n'est pas disponible à la date proposé par Caroline. Il propose une nouvelle date.
	Karl Novak arrive dans les locaux de l'entreprise et il s'enferme dans la "war room" avec Caroline, Émilie, et leur équipe de développeurs.
	Caroline envoie un accusé de réception <sup>2</sup> à Amélie pour l'informer qu'elle a bien reçu son email.
	Caroline regarde son agenda pour trouver une date de libre.
	Caroline appelle Émilie et toutes les deux regardent leurs agenda pour vérifier leur disponibilité afin de proposer une date de rendez-vous avec Karl Novak.

---

<sup>2</sup>Un "accusé de réception" est une confirmation formelle indiquant qu'une lettre, un document, ou un colis a été reçu. Dans le contexte des communications électroniques, c'est souvent une notification automatique envoyée à l'expéditeur pour l'informer que son message a été livré ou ouvert par le destinataire. L'accusé de réception sert à assurer les deux parties de la bonne transmission des informations ou des biens envoyés.



## La boîte à lettres de Caroline

Imaginez la correspondance par email entre Caroline et Mr. Novak pour fixer un rendez-vous. Ensuite imaginez la réponse de Caroline à sa directrice.

### 1. De Caroline à Mr Novak

Caroline prend contact avec Mr Novak. D'abord elle lui explique la situation et ensuite elle lui propose une date de rendez-vous. Elle finit avec une formule de politesse.

Objet : Proposition de rendez-vous

Monsieur Novak,

[...]

Cordialement,

Caroline Coordinatrice de projet

### 2. De Mr Novak à Caroline

Mr Novak remercie Caroline pour son email et son intérêt. Comme il est en déplacement professionnel, il n'est pas disponible à la date proposée par Caroline. Il propose un rendez-vous dès son retour. Il finit avec une formule de politesse.

Objet : Re: Proposition de rendez-vous

[...]

Cordialement,

M. Novak Developpeur

### **3. De Caroline à Mr Novak**

Caroline confirme la nouvelle date.

Objet : Re: Proposition de rendez-vous

Monsieur Novak,

[...]

Cordialement,

Caroline Coordinatrice de projet

### **4. Caroline à Mme Poullard (la directrice de COMEX)**

Caroline écrit un email à sa directrice pour la tenir au courant de l'échange avec Mr Novak et de la date éventuelle de leur rendez-vous.

Chère Mme Poullard,

[...]

Bien cordialement,

Caroline Coordinatrice de projet

# Boite à lettres

## La boite à lettres de Caroline

Imaginez la correspondance par email entre Caroline et Mr. Novak pour fixer un rendez-vous. Ensuite imaginez la réponse de Caroline à sa directrice.

### 1. De Caroline à Mr Novak

Caroline prend contact avec Mr Novak. D'abord elle lui explique la situation et ensuite elle lui propose une date de rendez-vous. Elle finit avec une formule de politesse.

Objet : Proposition de rendez-vous

Monsieur Novak,

Je vous écris sous la recommandation de Mme Poullard, pour solliciter un rendez-vous. Nous souhaiterions discuter de votre contribution dans la mise à jour de notre appli. C'est un projet sur lequel nous avons pris du retard, mais que votre expertise pourrait nous aider à mener efficacement à terme.

Pourrions-nous envisager une rencontre dans les locaux de notre entreprise le 29 septembre? Nous serions ravis de vous accueillir, de vous présenter notre équipe, ainsi que l'avancement du projet. Si cette date ne vous convient pas, je vous prie de bien vouloir me suggérer une autre.

Dans l'attente de votre réponse, veuillez agréer, Monsieur, l'expression de mes salutations distinguées.

Cordialement,

Caroline Coordinatrice de projet

## 2. De Mr Novak à Caroline

Mr Novak remercie Caroline pour son email et son intérêt. Comme il est en déplacement professionnel, il n'est pas disponible à la date proposée par Caroline. Il propose un rendez-vous dès son retour. Il finit avec une formule de politesse.

Objet : Re: Proposition de rendez-vous

Madame,

Je vous remercie pour votre invitation et l'intérêt que vous portez à mon travail. J'accepterais volontiers votre invitation de vous rencontrer pour discuter de ma possible contribution au succès de votre initiative.

Malheureusement, je suis actuellement en déplacement professionnel et je ne serai pas disponible à la date que vous avez proposée.

Je serai de retour et disponible à partir du 5 octobre. Je serai flexible concernant le jour et l'heure, donc n'hésitez pas à me faire savoir ce qui vous conviendrait le mieux.

Dans l'attente de votre réponse, je vous prie de recevoir, Madame, l'expression de mes salutations distinguées.

Cordialement,

M. Novak Developpeur

## 3. De Caroline à Mr Novak

Caroline confirme la nouvelle date.

Objet : Re: Proposition de rendez-vous

Monsieur Novak,

Merci pour votre réponse rapide et pour votre flexibilité. Je comprends tout à fait les contraintes liées à votre déplacement et j'apprécie votre volonté de trouver un autre créneau qui nous convienne à tous les deux.

La semaine de votre retour me convient parfaitement. Pourriez-vous me confirmer votre disponibilité pour le 6 octobre, disons à 10h? Sinon, je reste disponible à toute autre proposition de date et heure durant cette semaine.

Dans l'attente de votre confirmation, je vous prie de recevoir, Monsieur, l'expression de mes salutations distinguées.

Cordialement,

Caroline Coordinatrice de projet

#### 4. Caroline à Mme Poullard (la directrice de COMEX)

Caroline écrit un email à sa directrice pour la tenir au courant de l'échange avec Mr Novak et de la date éventuelle de leur rendez-vous.

Objet : Rendez-vous avec M. Novak

Chère Mme Poullard,

Je tenais à vous informer que suite à votre recommandation, j'ai pris contact avec M. Novak concernant son rôle potentiel dans la mise à jour de l'appli. Malheureusement, il est actuellement en déplacement professionnel et il n'était pas disponible à la date initialement proposée.

En revanche, M. Novak a exprimé une grande ouverture et une disponibilité pour nous rencontrer la semaine suivant son retour. Nous avons provisoirement envisagé le 6 octobre, et j'attends sa confirmation pour finaliser les détails de notre rendez-vous.

Je vous tiendrai bien entendu au courant de tout développement ultérieur et de l'issue de notre rencontre.

Je vous remercie pour votre soutien continu et reste à votre disposition pour toute information complémentaire.

Bien cordialement,

Caroline

Coordinatrice de projet

#### Boîte à outils / lexique 4

Les mots et expressions suivantes sont couramment utilisées dans la correspondance professionnelle en français. Notez également l'usage du futur (pour exprimer les actions à venir) et du conditionnel (pour exprimer un souhait, ou une formule de politesse).

- **Suite à + nom**
  - Suite à notre réunion...
- **je tiens à + infinitif**

- Je tiens à vous remercier...
- **il est de notre intérêt commun...**
- **coordonnées** : informations de contact
- **nous sommes convaincus que...**
- **nous restons à votre entière disposition**
- **n'hésitez pas à me contacter**
- **Au plaisir de + nom / infinitif**
  - Au plaisir de vos nouvelles
  - Au plaisir de vous voir bientôt...
- **Je vous écris sous la recommandation de** : Expression formelle pour introduire l'origine de la communication.
- **solliciter un rendez-vous** : Demander formellement une rencontre.
- **mener [quelque chose] à terme** : terminer une tâche, ou un projet
- **en revanche**: toutefois, cependant
- **convenir [pour une date/lieux de rendez-vous]** : conjugué à la troisième personne du singulier (forme “il”)
  - ça me convient / ça ne me convient pas
- **dans l'attente de votre réponse** : Formule de politesse exprimant l'attente d'un retour.
- **faire savoir**:
  - dans la forme impérative: ex. faites moi savoir [quelque chose]
  - à l'infinitif: ex. n'hésitez pas à me faire savoir [quelque chose]
- **Je vous remercie pour votre réponse rapide** : Remerciement formel pour une réponse prompte.
- **pourriez-vous** : Formulation polie pour faire une demande.
- **je reste ouverte à une autre proposition** : se montrer flexible avec la planification.
- **disponibilité** : Capacité à être présent ou à participer.

- **en déplacement professionnel** : Indique qu'une personne est en voyage d'affaires.
- **un contretemps** : Un imprévu ou un obstacle.
- **volontiers** : avec plaisir
- **bien entendu** : évidemment, sans doute
- **créneau** : temps spécifique, plage horaire
- **issue**: la conclusion, l'aboutissement de quelque chose
  - ex. Je vous tiendrai au courant de l'issue du projet.
- **provisoirement** : De manière temporaire, en attente de confirmation.
- **tenir [quelqu'un] au courant** : Promettre de continuer à communiquer des informations.
- **je vous prie de recevoir** : Formule de politesse pour introduire une conclusion.
- **[bien] cordialement** : Formule de politesse utilisée pour conclure un courriel de manière amicale mais professionnelle.

---

### Confirmer un rendez-vous

- Je confirme que je suis disponible pour + rendez-vous + date + heure + lieu
  - ex : Je confirme que je suis disponible pour le séminaire des agents de publicité de ce mercredi de 10h à 12h à la salle de conférence.
- Date (jour/date/heure) + formules d'approbation (serait parfait/me convient/me conviendrait parfaitement) + rendez-vous.
  - ex : Le 14 novembre à 14h me convient parfaitement pour la conférence des experts.

### Modifier un rendez-vous

- Je reporte/change la date de + rendez-vous + nouvelle date
  - ex : Je reporte la date de notre réunion du comité exécutif au jeudi de la semaine prochaine.

### Annuler un rendez-vous

- Formules de regret (Malheureusement/ Je regrette de vous informer que) + je ne serai pas disponible + date
  - ex : Je regrette de vous informer que je ne serai pas disponible pour la session interactive avec les nouvelles recrues le vendredi 12 octobre de 8h à 12h.



# Gestion d'une crise: travail écrit

## Contexte

Vous êtes employé(e) dans une entreprise de taille moyenne spécialisée dans le développement et la vente de logiciels éducatifs. Votre équipe a manqué la date limite d'une mise à jour d'un logiciel. La frustration de ce retard s'est glissée au sein de votre équipe ce qui a engendré des tensions à propos de la répartition des tâches parmi les membres de l'équipe. Votre chef de département vous a confié la tâche de rédiger un email à toute l'équipe pour clarifier la situation, apaiser les esprits, remonter le moral de l'équipe et remettre le projet sur les rails (on track).

## Objectif

Rédiger un email interne pour gérer cette situation de crise de façon efficace et professionnelle. L'email devrait:

- Aborder la situation de manière claire sans pointer du doigt des personnes en particulier.
- Encourager la communication et la collaboration entre les membres de l'équipe.
- Proposer des solutions concrètes pour éviter que de tels retards se reproduisent à l'avenir.
- Réaffirmer les objectifs du projet ainsi que les valeurs du group et la contribution essentielle de chaque membre de l'équipe.

## Instructions pour la rédaction de l'email

### Structure et format de l'email

- **Objet de l'email:** Choisissez un objet court mais explicite qui annonce clairement le but de la communication.
- **Introduction:** Bref aperçu de la situation.
- **Corps du texte:**

- Exprimez l'importance de la communication et du travail d'équipe.
- Identifiez des solutions pratiques pour améliorer la coordination au sein de l'équipe.
- Mettez en avant le rôle crucial de chaque membre dans la réussite du projet.
- **Conclusion:** Synthétisez les points principaux et encouragez l'optimisme et l'engagement envers le projet.
- **Formule de clôture:** Terminez votre email par une note chaleureuse, en encourageant le dialogue et en restant à disposition pour plus d'échanges. Évitez une formule de politesse trop formelle de type: "Veuillez agréer..." .
- **Signature:** N'oubliez pas d'ajouter vos coordonnées à la fin de l'email.

### **Informations pratiques**

- Votre courrier doit être d'une longueur de 300-400 mots.
- Adoptez un ton chaleureux, empathique et rassurant tout en restant professionnel.
- Faites des phrases courtes et des paragraphes bien structurés pour faciliter la lecture.

## **Module 7: Création du site web de l'entreprise**

# Découverte des sites web

## L'importance d'un site web

Pour effectuer la dernière étape de la création de votre entreprise, [il vous faut un site web](#) (ce document explique les raisons pour lesquelles un site web est un étape cruciale dans la vie d'une entreprise).

Est-ce que vous pouvez imaginer certaines de ces raisons?

## Le cahier des charges

Mais est-il possible de créer un site web si on n'a pas de connaissances techniques? Qu'est-ce qu'il faut savoir avant de commencer? Comment planifier le processus de la création? [Le cahier des charges](#).

## Découverte des sites de la concurrence

Avec votre groupe naviguer sur les sites web des entreprises similaires à la votre. Commencer par regarder les sites web de la concurrence, vous permettra de vous inspirer d'autres entreprises de votre secteur, mais savoir aussi comment vous distinguer d'elles, comment vous différencier.

Avec votre partenaire rendez-vous sur deux site de votre concurrence? Faites une comparaison. Quelles sont les similarités? Quelles sont les différences?

## Esquisse d'une page d'accueil

Avant d'aller plus loin, avec votre groupe, faites l'esquisse (le dessin, la première ébauche) **sur une feuille de papier** de la page d'accueil de votre entreprise. Comment l'imaginez-vous? Quels sont les éléments qu'elle doit contenir? Après avoir esquissé votre page sur une feuille de papier, partagez vos dessins au tableau.

# Projet final

## Objectifs

- Définir le cahier des charges du site web
- Créer le site
- Travailler en group
- Réfléchir sur le processus

## Étapes du projet

- Compléter [le cahier des charges](#)
- **Réalisation du site:** Pour la réalisation du site je vous propose des outils comme Word-Press ou Canva, ou tout autre outil qui vous permet de choisir et puis de personnaliser une maquette (template). Dans cette étape assurez-vous que le site est conforme aux spécificités définies dans le cahier des charges qu'il est bien soigné, professionnel, et bien adapté à la stratégie commerciale de l'entreprise. En ce qui concerne les textes dont vous aurez besoin pour votre site (mission, valeurs, etc) vous les trouverez dans [le pitch que vous avez déjà écrit](#). Adaptez des extraits de votre pitch dans les différentes sections de votre site.
- **Réflexion:** Une fois le site réalisé, chaque membre de l'équipe écrira une réflexion personnelle de 200 mots :
  - Votre expérience personnelle du processus de travail en équipe.
  - Le rôle que chaque étudiant a joué dans la création du site.
  - Les défis rencontrés et les solutions apportées.
  - Ce que vous avez appris sur la création d'une entreprise et son site web ainsi que sur la gestion de projet.

## À rendre

- **Cahier des charges complété:** un par groupe
- **Mock-up du site créé:** un par groupe
- **Réflexion personnelle:** document individuel

## Checklist pour le projet final

Votre projet final est de concevoir une maquette de site web pour votre entreprise, en intégrant des éléments des certains documents que vous avez déjà créés.

1. **Le pitch** de votre idée d'entreprise où vous avez défini les valeurs, les objectifs, ainsi que votre clientèle.
2. **L'identité visuelle** de votre entreprise.
3. **Le cahier des charges** dans lequel vous avez déterminé les sections du site, leur contenu, leur arborescence (la structure hiérarchique), ainsi que la charte éditoriale et la charte graphique en fonction du secteur professionnel et de votre clientèle.

En fin de compte, pour un site web réussi, rassurez-vous qu'il...

- contient toutes les informations nécessaires
- met en valeur les bénéfices de votre solution
- guide progressivement et logiquement le visiteur vers un appel à l'action (call to action): abonnement, inscription, téléchargement d'une appli, etc.
- est intuitive et facile à naviguer