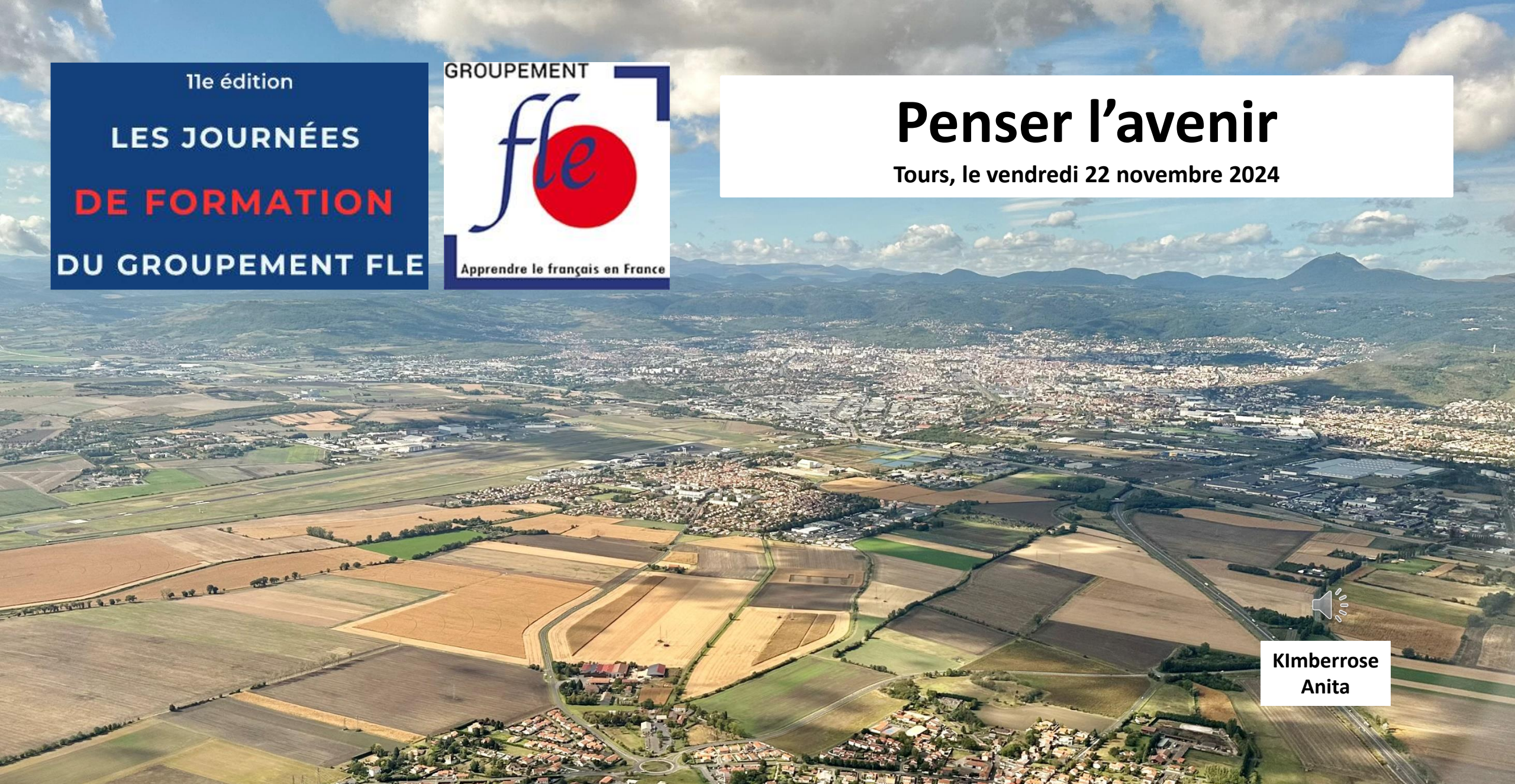


11e édition
**LES JOURNÉES
DE FORMATION
DU GROUPEMENT FLE**



Penser l'avenir
Tours, le vendredi 22 novembre 2024



**Kimberrose
Anita**



Djaili
Amadou Amal
**Cœur
du Sahel**

Par l'auteure des *Impatientes*,
**PRIX GONCOURT
DES LYCÉENS 2020**


Emmanuelle Collas

Le plus court chemin entre
un point et un autre n'est
pas la ligne droite...
c'est le rêve...

Proverbe malien
cité par Djaili Amadou Amal, *Cœur du Sahel*,
Ed. Emmanuelle Collas, 2022.

A detailed painting of an interior scene from the 17th century. A waiter in a blue coat with a red sash and a white cravat stands in the center, holding a silver tray with two small white cups. He is looking towards the left. The room features a checkered floor, a large blue upholstered chair with ornate gold legs, and a red curtain. The background shows a wall with a floral pattern and a large mirror. The overall style is characteristic of French Baroque painting.

**Je vous ai apporté
des bonbons...**



Les bonbons

Quelques questions

Quelle est pour vous l'invention la plus importante dans notre histoire ?

1. la roue
2. la machine à vapeur
3. l'imprimerie
4. la domestication de l'électricité
5. le téléphone
6. Internet
7. les évolutions de l'intelligence artificielle ?

Quelques questions

- Pensez-vous que c'était mieux avant ?
- Pensez-vous que les outils numériques vont rendre notre vie plus facile ?
- Pensez-vous que l'avenir sera plus difficile pour nos enfants que pour nous ?
- Pensez-vous que les outils de l'intelligence artificielle vont remplacer les écoles de langue et les enseignants ?



Qu'est-ce qui change ?

- **Les possibilités multiples d'apprendre une langue** : plateformes de programmes (Netflix, Amazon, etc.), auto-apprentissage assisté en ligne (Duolingo, etc.) ou par des applications, mise en relation entre professeurs et apprenants, microstructures (professeurs indépendants).
- **Modification des usages de mobilité** : intérêt croissant pour des sessions d'apprentissage très courtes (de plus en plus courtes), décisions de plus en plus tardives.
- **Attentes / exigences accrues des donneurs d'ordre et des usagers** par rapport au prestataire en matière de personnalisation et d'adaptation des contenus et du programme, de flexibilité...
- **Importance accordée aux avis et témoignages d'autres usagers** (réseaux sociaux).

À vous...

Quels sont les changements majeurs que vous avez constatés depuis la fin de la pandémie du Covid ?



Le futur des écoles de langue en France

Comment répondre à ces questions dans le temps ?

- Pourquoi venir en France apprendre le français alors que des machines peuvent aider à apprendre et qu'il existe des structures locales performantes ?
- Pourquoi apprendre le français alors que des outils numériques peuvent traduire quasi simultanément en français ?

Le futur des écoles de langue en France

- Comment pouvons-nous être à l'écoute et proposer une offre attirante et adaptée ?
- Quels besoins, quelles envies, quelles attentes auront les usagers de demain ?
- Comment répondre aux défis associés aux évolutions des usages ?
- Comment assurer la pérennité et le développement de nos établissements ?

Le futur des écoles de langue en France

En quoi faire un cours en immersion en France est-il différent d'un cours suivi dans le pays d'origine ? Quelle est la plus-value ?

Les attentes des usagers :

- Apprentissage intensif, amélioration rapide des compétences
- Immersion culturelle
- Développement personnel
- Expérience de vie
- Apport concret et positif dans le parcours de vie (CV)
- Accès à une attestation, à une certification

Réponses ?

- Réponse pédagogique en faisant évoluer l'enseignement
- Réponse tactique en optimisant la dimension accueil
- Réponse stratégique en pensant l'avenir



Réponse pédagogique : l'enseignement

Tendances :

- Il y a une forte demande d'immédiateté, de ludique, de facilité... en contraste avec les processus d'apprentissage qui – pour l'instant – s'inscrivent dans le temps long et l'effort...
- Les modes d'enseignement et les outils se sont diversifiés.

Cours en classes virtuelles



Classes en comodalité



Réalité virtuelle

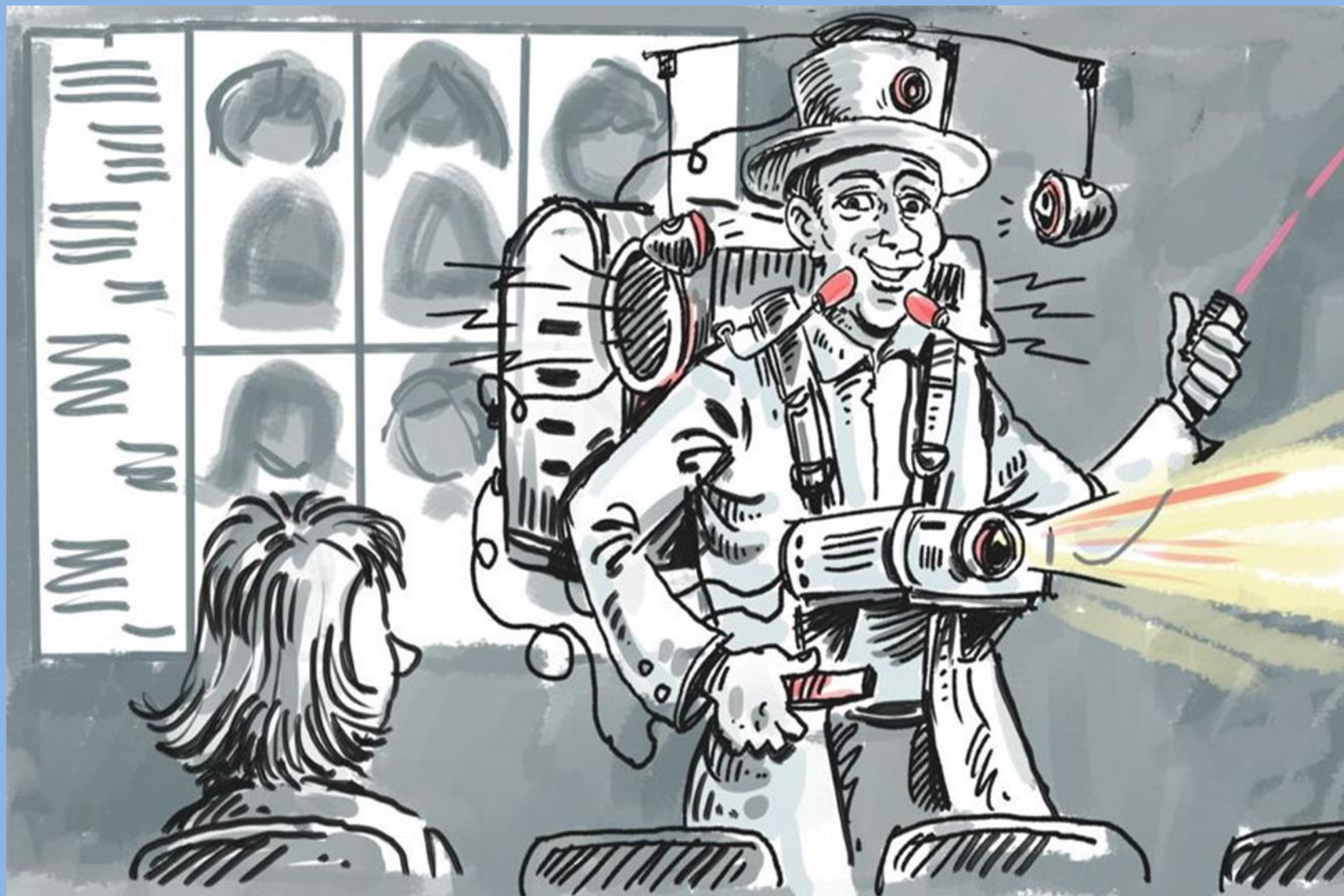


Technologie omniprésente ?



Le prof du 21^e siècle ?

Source : Frédéric Duriez - Thotcursus, 16 septembre 2020



Enseigner en France ?

- Enseigner avec un manuel ?
- Enseigner sans manuel ?
- Apprentissage en classe / hors classe ?
- Liens avec l'environnement local.
- Dialogue des cultures

Quelle pédagogie ?

Évidence : la pédagogie dépend du public : âge, origine(s), traditions d'apprentissage, besoins, objectifs, etc. Mais elle doit être différente et distincte des pratiques dans le pays d'origine.

- **Alterner**
 - des activités centrées sur la convivialité, les interactions dans le groupe, l'intelligence collective
 - des activités utilisant l'environnement immédiat, l'actualité, les médias
 - intégrer les outils numériques quand c'est pertinent et des moments sans technologie
- **Rendre l'apprentissage conscient et garder des traces tangibles** du travail
- **Définir les règles** de la vie de la classe
- **Diversifier et rythmer les activités**, alterner dans la même leçon activités ludiques, travail intense et travaux de groupes

L'expérience de l'apprenant

- L'important n'est pas seulement ce que l'on apprend, mais aussi quelles activités on pratique pour apprendre, quelle est l'expérience associée à l'apprentissage ?
- J'apprends une langue, mais qu'est-ce que j'apprends en même temps ?

Travailler ensemble, apprendre à travailler en équipe,
mémoriser, présenter et analyser des situations,
chercher des solutions, etc.

Un exemple : projet de Gauthier Gabarrot, IF Autriche



Un exemple : projet de Gauthier Gabarrot, IF Autriche

MÉTIER | INNOVATION

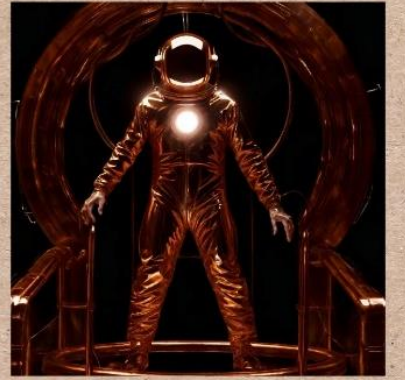
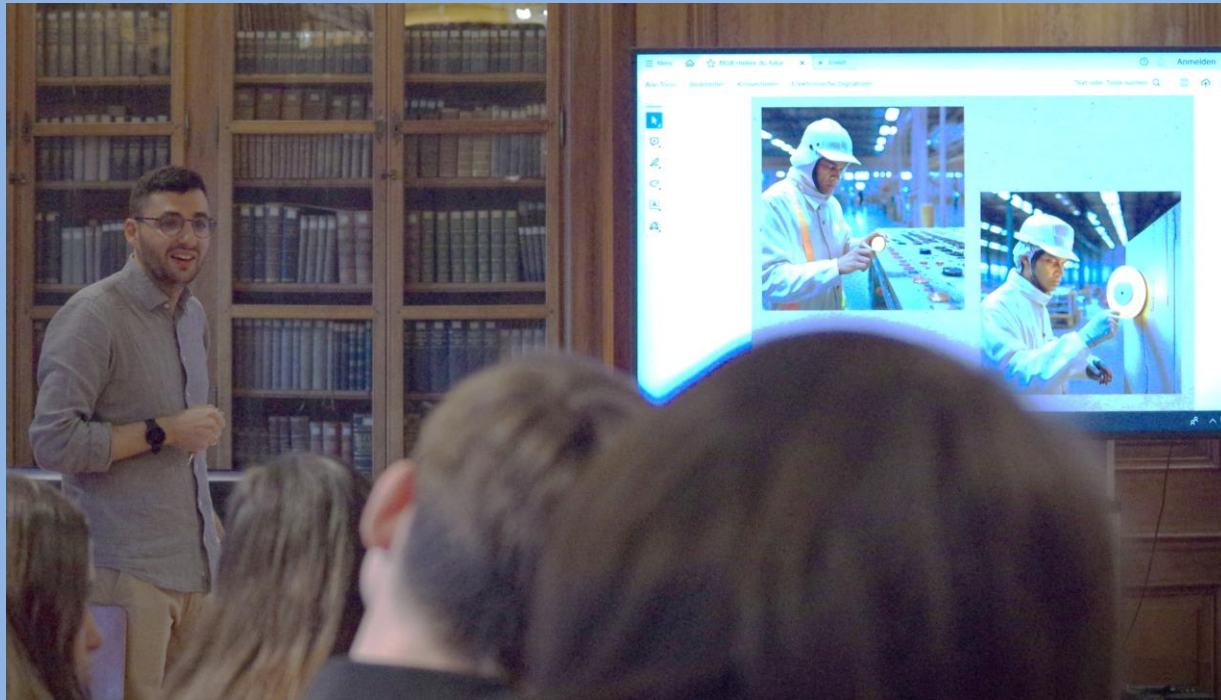
C'est en essayant de se familiariser avec les outils de l'IA (intelligence artificielle) pour illustrer certains cours et activités qu'est venue à Gauthier Gabarrot l'idée de faire de cette technologie un outil à utiliser en classe et de construire un projet pédagogique en lien avec l'IA générative d'images.

PAR GAUTHIER GABARROT ET MICHEL BOIRON

LES MÉTIERS DU FUTUR



Un exemple : projet de Gauthier Gabarrot, IF Autriche



<https://www.canva.com> (40 essais d'IA générative gratuits)

<https://openai.com/dall-e-2> (le système d'IA générative de Chat GPT)

<https://pixlr.com/fr> (enregistrement gratuit, mais obligatoire)

<https://deepai.org> (résultat direct, sans abonnement)

Présentation complète du projet dans
le Français dans le Monde N° 453
Juillet-Août 2024.

La promesse...

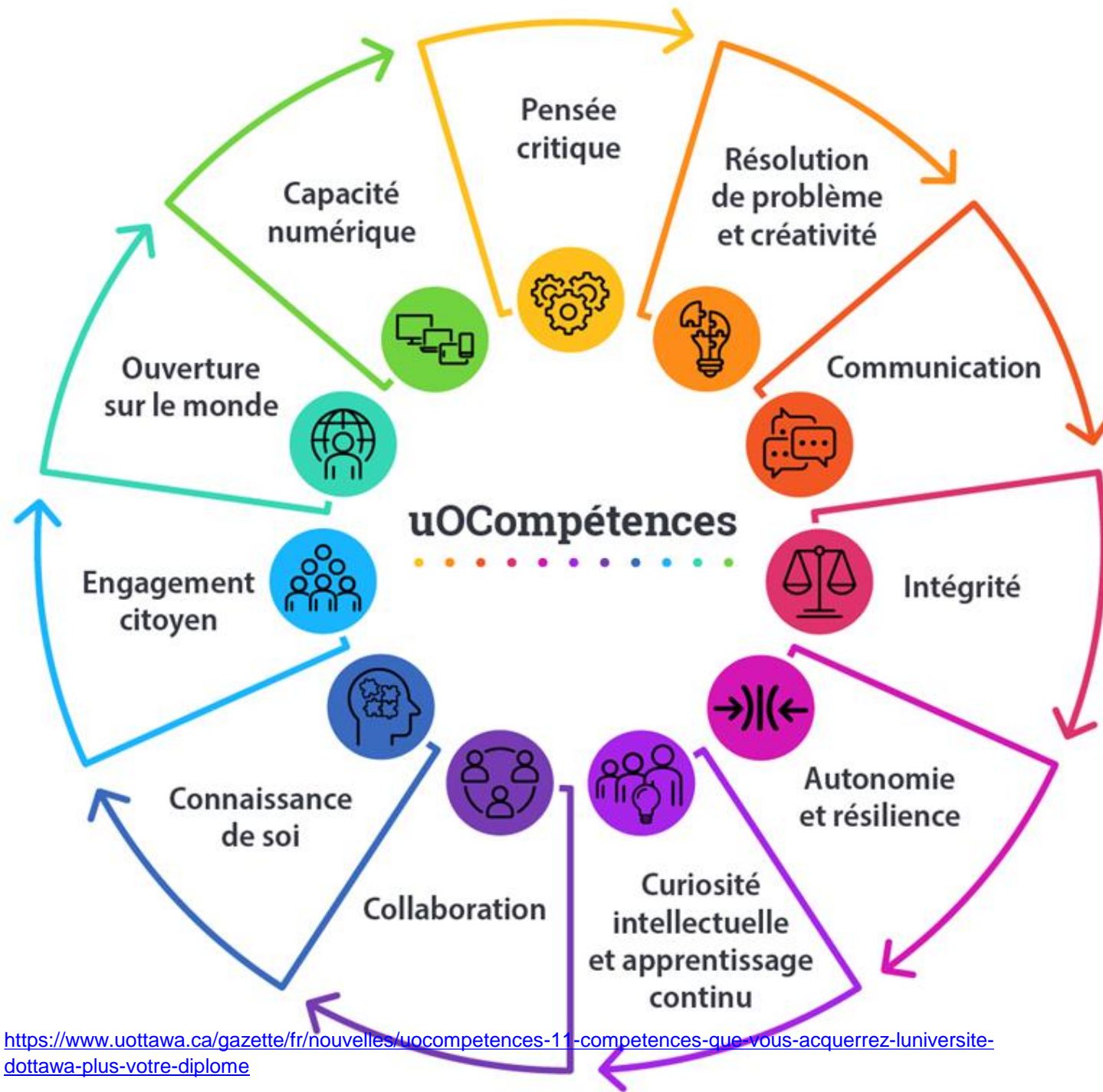
Venez chez nous, apprenez le français et...

- rencontrez des amis pour toujours
- rencontrez des personnes du monde entier
- vivez une expérience unique
- découvrez la vie à la française
- obtenez un diplôme officiel

À vous...

11 compétences Université d'OTTAWA

Venez chez nous étudier et vous acquerrez en plus nos 11 compétences visées.



Réponse tactique : l'accueil

- Donnée de base : **importance accordée aux avis et témoignages** d'autres usagers (réseaux sociaux)
- Évidences :
 - **l'accueil et l'accompagnement** des usagers sont des éléments clés pour fidéliser la clientèle et conquérir de nouveaux publics.
 - **le public actuel** est le premier public futur
 - **le public actuel** ressemble beaucoup à une partie du public futur
 - **il faut conquérir en permanence de nouveaux usagers** (clients, soutiens, partenaires, etc.) pour assurer la pérennité de l'institution
 - **la satisfaction du client** : une dimension multifactorielle.

Réponses ?

- **Installer une culture de la relation client :**
 - **toujours faciliter** les démarches, proposer des solutions plutôt que faire la liste des problèmes et obstacles
 - **anticiper ce qui peut être irritant** : mauvaise compréhension de la demande, attente trop longue, oubli de réponse, etc.
 - **définir et communiquer des conditions de vente claires**
(par exemple, les changements de programme en cours de séjour impliquent-ils un surcoût ? Quelles sont les conditions de remboursement ? Etc.)

Réponses ?

- **Mettre en place une politique de valorisation des clients :**
 - « **Chaque client est important.** » Alors, comment le voit-on ?
 - **Les lieux d'accueil, de cours, les espaces communs** sont-ils agréables, confortables, accueillants, originaux ?
 - **Le personnel d'accueil, les enseignants, le personnel administratif, l'équipe de direction** sont-ils courtois, aimables, chaleureux, prévenants, attentionnés, patients, clairs,... ?
 - **La relation avec les usagers** est-elle personnalisée ? (Manière d'interpeller le client « Bonjour, M. X » / SMS lorsqu'il y a un imprévu, etc.)
 - Existe-t-il une **attention personnalisée** : mot de bienvenue, contacts informels avec la direction, l'encadrement, séance de remise de diplômes...
 - Insister sur tout ce qui peut **rendre le séjour positivement mémorable...**

Répondre aux critiques / traiter les réclamations

Approche objective :

- Le produit est-il vraiment tel que vous le décrivez ?
- Les cours annoncés ont-ils vraiment lieu, tels qu'annoncés ?
La promesse est-elle tenue ?
- Le cours est-il vraiment utile au client ? Quel est le « bénéfice client »

Approche tactique :

- Il n'est pas nécessaire de trouver une solution immédiate, mais toujours reconnaître la légitimité de l'objection / ne pas discréditer le client, sinon...

vous avez gagné la partie, **MAIS PERDU LE CLIENT.**

Réponse stratégique : penser l'avenir

- **Nos objectifs :**

- Contribuer à assurer le succès, la pérennité et le développement de l'établissement
- Obtenir une meilleure visibilité / une meilleure notoriété / une meilleure réputation / un meilleur confort de fonctionnement / un bien-être collectif / une meilleure rentabilité

Penser l'avenir

Il n'y a pas de miracle, mais une attitude, une obsession, des principes...

Travailler à l'amélioration constante des performances de l'établissement dans l'intérêt de l'ensemble des acteurs...

Mobiliser, convaincre, fédérer les équipes, les partenaires locaux ou internationaux, les usagers et clients ...

Viser la performance collective

Penser l'avenir

Mettre en place une attitude, une stratégie de développement :

Concrètement :

- analyser les points forts et les points faibles de l'établissement et le contexte de son activité
- être conscient des menaces et des opportunités
- identifier les différents acteurs impliqués dans chaque action

et... AGIR...

Penser l'avenir

Imaginer un futur souhaitable, un projet...

Sans projet, il n'y a pas d'avenir

Tout commence par le rêve



Pôles d'action

- L'organisation de l'institution et le management
- Les produit(s) et les services
- La politique des prix (et des ressources :autres revenus que les cours...)
- Les locaux
- L'enseignement
- L'accueil
- La communication, la promotion, la commercialisation
- La gestion économique
- La gestion des ressources humaines
- La gestion des risques
- ...

Le présent est le premier temps du futur...





Merci de votre attention !



Georges BRASSENS
Heureux qui comme Ulysse

