

AGENCE CONSEIL BILINGUE EN COMMUNICATION INTERNATIONALE À LILLE

Parler anglais avec plaisir et... Claramedia

► Emmanuelle COUTURIER

Dans le monde sauvage de l'apprentissage des langues étrangères, difficile de se démarquer ! Sauf quand on a un concept et une méthode différents. C'est ce que propose Fabienne Kovacic, enseignante et linguiste, fondatrice de Claramedia, agence conseil bilingue en communication internationale.

“ La linguistique, c'est un peu du marketing, affirme Fabienne Kovacic. On travaille sur les clichés, les stéréotypes, les récurrences dans un contexte donné. On fait le tour de ce qu'il y a à maîtriser.” Cette systématisation, doublée d'une longue expérience d'apprentissage des langues étrangères et de sociolinguistique dans deux universités anglaises, a permis à la fondatrice de Claramedia de bâtir une pédagogie qu'elle qualifie de “différente”, comparée à celle qui est encore appliquée dans les écoles en France, dont les résultats ne sont pas fameux, comme a pu le constater la linguiste.

Un bilan catastrophique de l'enseignement de l'anglais en France. Passage en revue des peurs typiquement françaises quand il s'agit de parler l'anglais. “Les Français pensent qu'ils doivent avoir beaucoup de vocabulaire alors qu'ils devraient plutôt se servir des outils qu'ils connaissent, car la traduction n'est jamais littérale. Ils pensent devoir connaître tous les verbes irréguliers, alors qu'une cinquantaine seulement sont utilisés. Ils ont peur de leur accent, alors que ce n'est pas un problème. Ils ont peur de faire des 'fautes' alors qu'elles peuvent très bien ne pas gêner la compréhension générale”, détaille Fabienne Kovacic. Et la

sacro-sainte grammaire ? “Les Anglais ne font pas d'exercice de style. On ne leur demande pas de faire de la traduction quand il s'agit de travailler dans une autre langue, sauf si la traduction est leur métier bien sûr...” Mais ce qui manque le plus aux Français, c'est la connaissance de ce que la responsable appelle le *small talk*, c'est-à-dire la façon culturelle de dire les choses (souvent avec emphase en Angleterre), qui est nécessaire pour “créer du lien”.

Une pédagogie basée sur le renforcement positif. Comment pallier ces défauts ? “Je me suis inspirée des méthodes anglo-saxonnes, basées sur le renforcement positif : on dit ce qui va bien d'abord. Et on est très pragmatique”, raconte Fabienne Kovacic. A défaut de grammaire, la responsable utilise une méthode, à ses yeux beaucoup plus efficace : l'immersion totale, pendant trois jours. Le but est de créer “un choc de progression”. “Apprendre une langue ne se décrète pas. On a besoin de ressentir un déclic, qui est ressenti comme un verrou qui saute, une ouverture qui va ensuite durer toujours pour cette nouvelle langue”, explique la linguiste, avouant avoir elle-même ressenti ce choc. Et il est visiblement possible en trois jours. Pour se faire, Fabienne Kovacic ne rassemble que des petits groupes de huit personnes maximum, afin de pouvoir analyser les objectifs que chacun s'est fixés pour être sûr de les atteindre à la suite du séminaire. Elle propose sept thèmes différents, tous basés sur les situations très concrètes d'une personne amenée à travailler en anglais (échanges téléphoniques, accueil de groupes étrangers, voyages d'affaires et de tourisme, prise de parole pour faire des présentations, etc.). “Il ne s'agit pas de faire du théâtre et de se mettre dans des situations qu'on ne rencontrera pas, mais bien de se mettre en situation réelle”, souligne-t-elle. Aux dires des candidats qui



Félix Charpentier et Fabienne Kovacic, dirigeante de Claramedia.

l'ont expérimenté et qui témoignent sur le site de la Claramedia, ça marche ! “C'est toujours fascinant pour moi de voir que chacun, à son niveau et avec sa personnalité, a atteint ses objectifs personnels.” La linguiste est aussi une chef d'entreprise qui sait s'adapter. A sa création en 2004, Claramedia proposait surtout des services de communication et de coaching en communication internationale. La demande de formation inhérente à la communication a poussé à la création de ces séminaires d'immersion en 2007. Pour répondre à de nouveaux besoins, trois autres ont vu le jour en septembre : “Business meeting and presentation” ; “Telephone skills and small talks” ; “Incentive English”, surtout destiné au domaine du tourisme. Une deuxième personne a rejoint la dirigeante : Félix Charpentier, en contrat d'alternance à l'Iseg, est chargé de la promotion et de la prospection. La société est membre de nombreux réseaux régionaux qui travaillent à l'international comme le World Trade Center, Connect, Digiport et la CCI international. Et, pour “faire du lien”, Fabienne Kovacic organise une fois par an le NetworkandRoll, un événement franco-britannique qui cherche à favoriser les rencontres entre les décideurs économiques de la région et du Sud-Est de l'Angleterre. *Bring your english back to live !* : l'intitulé du dernier séminaire créé porte bien son nom. ■