ORGANISATION DE BUREAU

4ÈME ANNÉE, OPTION SECRETARIAT ET ADMINISTRATION

4ème Année

OPTION

SECRETARIAT ET ADMINISTRATION

CONFORME AU PROGRAMME NATIONAL

EDITION 2025



TABLE DES MATIÈRES

PRÉLIMINAIRES **1**

Introduction Générale et Contexte Linguistique 1

- 1.1. Fondement Pédagogique : Le Passage au Registre Professionnel 1
- 1.2. Axes Linguistiques Spécifiques 1
- 1.3. Objectif Didactique : La Compétence Opérationnelle 1

Objectifs Terminaux d'Intégration 2

- 1. La compétence terminale visée 2
- 1.1. Mobilisation des ressources 2
- 1.2. Production et traitement de la correspondance 2
- 1.3. Contexte d'évaluation 2

Profil de l'Élève et Compétences Visées 3

- 1. Profil de l'apprenant 3
- 2. Compétences terminales visées 3

Méthodologie et Approche Pédagogique 3

- 1. Ancrage Systématique dans le Contexte Professionnel 3
- 2. Priorité à la Production Écrite Active 4
- 3. Développement d'Automatismes Rédactionnels 4

PARTIE 1 : FONDEMENTS DU BUSINESS ENGLISH ET PRÉSENTATION MATÉRIELLE **5**

a. L'anglais, un outil de travail mondial 5

b. Une langue de précision, pas de littérature 5

c. La première impression : l'importance du support 5

d. De la théorie à la pratique : l'objectif de la secrétaire 5

CHAPITRE 1 : PRINCIPES DE LA COMMUNICATION COMMERCIALE EN ANGLAIS **6**

1.1. Style, Ton et Formules de Politesse 6

- a. L'art subtil de la persuasion commerciale 6
- A. Le Style : Clarté, Courtoisie, Concision (The 3 Cs) 6

FIGURE 1 : RÉF. IMG (5772-5108-7716) **9**

Comparaison visuelle d'un email professionnel anglais : clair vs. confus 9

- B. Le Ton : Adapter son message au destinataire 9

MURHULA BAZIKANGE M.
Directeur Editorial
+243 860 655 590

- C. Les Formules de Politesse Essentielles.....10

FIGURE 2 : RÉF. IMG (8188-9025-8445).....11

Le spectre de la formalité dans les formules de politesse anglaises.....11

- Anecdote : La commande de pagnes de Maman Hélène.....11

1.2. La structure de la phrase et la ponctuation.....13

- a. Le détail qui change tout.....13
- A. La Phrase Simple : Le Modèle S-V-O (Subject-Verb-Object).....14

FIGURE 3 : RÉF. IMG (8210-5798-1844).....16

Schéma de la structure de phrase anglaise simple sujet-verbe-objet.....16

- B. La Ponctuation Essentielle en Anglais Commercial.....16

FIGURE 4 : RÉF. IMG (3306-2238-8556).....19

Utilisation correcte de la virgule pour la clarté en anglais commercial.....19

- C. Le Cas Particulier des Nombres.....19

1.3. Le vocabulaire de base du bureau et de l'administration.....21

- a. L'indispensable lexique du bureau.....21
- A. Office Furniture & Equipment (Le Mobilier et les Équipements).....21
- B. Stationery & Supplies (La Papeterie et les Fournitures).....22

FIGURE 5 : RÉF. IMG (7358-8470-9170).....24

Un poste de travail de secrétariat moderne et bien organisé.....24

- C. Key Job Titles (Les Postes Clés).....24

CHAPITRE 2 : LA PRÉSENTATION NORMALISÉE DE LA LETTRE (LAYOUT).....27

2.1. Les dispositions : Bloc et Indentée (Block vs Indented Style).....27

- a. La première impression.....27
- A. Le Style Bloc (Full Block Style).....27

FIGURE 6 : RÉF. IMG (2830-0749-1181).....29

Exemple visuel d'une lettre commerciale au format Bloc Américain (Full Block).....29

- B. Le Style Indenté (Indented Style).....29

FIGURE 7 : RÉF. IMG (3451-0659-4977).....31

Exemple visuel d'une lettre commerciale au format Indenté (Indented Style).....31

- Scénarios et Exercices.....31

MURHULA BAZIKANGE M.
Directeur Editorial
+243 860 655 590

- Une question de modernité à Lubumbashi.....31

2.2. Le corps de la lettre et les paragraphes.....33
- a. Le cœur de votre message.....33
- A. La structure en trois temps (The Three-Part Structure).....33

FIGURE 8 : RÉF. IMG (8765-9327-5007).....36

Exemple de corps de lettre bien structuré et aéré.....36
- B. Le style et le ton professionnels.....36

FIGURE 9 : RÉF. IMG (9721-7502-4168).....38

Comparaison visuelle entre un paragraphe bloc et des paragraphes clairs.....38
- Anecdote : Le contrat de Bukavu sauvé par un saut de ligne.....38

2.3. Les mentions de la lettre (en-tête, spéciales et enveloppe).....41
- a. L'importance des détails.....41
- A. L'en-tête de l'entreprise (The Headed Paper).....41
- B. Les mentions spéciales (Special Notations).....41

FIGURE 10 : RÉF. IMG (0722-0086-3111).....44

Disposition des mentions spéciales sur une lettre commerciale anglaise.....44
- C. Les mentions sur l'enveloppe (The Envelope).....44

CHAPITRE 3 : LA CORRESPONDANCE INTERNE ET ÉLECTRONIQUE.....47

3.1. Le Mémorandum (Memo).....47
- a. L'outil interne par excellence.....47
- A. Définition et Utilité.....47
- B. La Structure Sacrée du Memo.....47

FIGURE 11 : RÉF. IMG (8919-3475-9307).....50

Modèle parfait d'un mémorandum professionnel pour une communication interne e.....50

FIGURE 12 : RÉF. IMG (3128-5748-2623).....52

Exemples des erreurs fréquentes qui rendent un mémorandum confus et non profe.....52
- C. Le Mémorandum Électronique (E-Memo).....52

3.2. Le courrier électronique professionnel (E-mail).....54
- a. Le messager le plus rapide du monde.....54
- A. Structure immuable d'un e-mail professionnel.....55

- B. Les règles d'or de la rédaction....55

FIGURE 13 : RÉF. IMG (2076-7844-6833)....57

Anatomie d'une interface de messagerie électronique professionnelle sur ordin....57

- C. L'art de la pièce jointe et des destinataires....57

3.3. Communication interne diverse (notes téléphoniques, avis et circulaires)....59

- a. L'importance de la trace écrite....59
- A. La Note Téléphonique (The Telephone Memo)....59
- B. L'Avis (The Notice)....60

FIGURE 14 : RÉF. IMG (2893-2630-4074)....62

Anatomie d'un avis interne efficace sur un tableau d'affichage....62

- C. La Circulaire (The Internal Memo / Circular)....62

PARTIE 2 : LE CYCLE DE LA TRANSACTION COMMERCIALE....65

a. L'étincelle commerciale : la demande d'information....65

b. La réponse du vendeur : l'offre et la négociation....65

c. La concrétisation de l'accord : le bon de commande....65

d. Le suivi et la clôture : de l'expédition au paiement....65

CHAPITRE 4 : LA DEMANDE DE RENSEIGNEMENTS (ENQUIRIES)....66

4.1. La demande d'information générale et de catalogues....66

- a. L'information, carburant du commerce....66
- A. La demande générale (General Enquiry)....66

FIGURE 15 : RÉF. IMG (5017-8039-7399)....68

Anatomie d'une lettre de demande d'information générale bien structurée....68

- B. La demande spécifique de catalogues et de listes de prix....68

FIGURE 16 : RÉF. IMG (4004-8075-4882)....71

Expressions clés et bonnes pratiques pour demander un catalogue en anglais....71

- SCÉNARIOS ET EXERCICES....71

4.2. La demande de prix et de devis spécifique....73

- a. De la question générale à la demande précise....73
- A. Caractéristiques et structure d'une demande spécifique....73

FIGURE 17 : RÉF. IMG (5185-0181-1870) **75**

Anatomie d'un e-mail professionnel demandant un devis précis 75

- B. Erreurs courantes et leur impact 75

4.3. La demande de conditions de vente et de paiement 78

- a. Au-delà du prix affiché 78
- A. Les éléments clés à demander (Terms of Sale) 78
- B. La formulation en anglais : Précision et Courtoisie 78

FIGURE 18 : RÉF. IMG (4542-5075-6059) **81**

Document montrant les conditions de vente d'un fournisseur de Goma 81

- Scénarios et exercices 81

4.4. Les réponses aux demandes (Replies to Enquiries) 83

- a. L'occasion manquée de Mbuji-Mayi 83
- A. La Réponse Favorable (Favourable Reply) 83

FIGURE 19 : RÉF. IMG (5271-2744-1428) **85**

Exemple de réponse positive à une demande de renseignements simple 85

- B. La Réponse Défavorable (Unfavourable Reply) 85

FIGURE 20 : RÉF. IMG (1371-7444-5311) **88**

Structure d'une lettre de réponse commerciale négative mais constructive 88

- L'anecdote de la coopérative de café du Kivu 88

CHAPITRE 5 : L'OFFRE ET LA COTATION (OFFERS AND QUOTATIONS) **91**

5.1. L'offre ferme et l'offre sous réserve 91

- a. L'art de la promesse commerciale 91
- A. L'Offre Ferme (The Firm Offer) 91

FIGURE 21 : RÉF. IMG (3825-4097-5615) **93**

Document d'offre commerciale avec un tampon "FIRM OFFER" bien visible 93

- B. L'Offre sous Réserve (The Offer without Engagement) 93

FIGURE 22 : RÉF. IMG (6500-8330-8858) **96**

Graphique de fluctuation des prix des matières premières à côté d'une offre 96

- C. Scénarios et Exercices 96

5.2. La présentation du prix et des Incoterms 98

MURHULA BAZIKANGE M.
Directeur Editorial
+243 860 655 590

- a. Le langage secret du commerce mondial.....98
- A. Fixer le prix : plus qu'un simple chiffre.....98

FIGURE 23 : RÉF. IMG (6134-2922-9036).....101

Schéma d'un transfert de risque entre un vendeur et un acheteur.....101
- B. Les Incoterms® : le langage universel de la logistique.....101

FIGURE 24 : RÉF. IMG (0981-0477-6072).....102

Tableau comparatif simplifié des principaux Incoterms pour une offre commerciale.....102
- Une anecdote de bureau.....102

5.3. Les conditions de livraison et de transport.....104
- L'origine des règles du jeu commercial.....104
- A. Comprendre les Incoterms® (International Commercial Terms).....104
- B. Trois Incoterms essentiels pour le secrétariat.....105

5.4. La lettre d'accompagnement du devis (Cover Letter).....107
- a. L'art de présenter une offre.....107
- A. Rôle et Objectif de la "Cover Letter".....107
- B. Structure Essentielle d'une Cover Letter.....107

FIGURE 25 : RÉF. IMG (2786-8648-3170).....110

Anatomie d'une lettre d'accompagnement de devis claire et professionnelle.....110
- C. Expressions Clés et Ton Professionnel.....110

FIGURE 26 : RÉF. IMG (2157-1663-7147).....113

Exemple de lettre efficace comparée à une lettre à éviter.....113
- Scénarios et Exercices.....113
- Une histoire de mangues et de courtoisie.....113

CHAPITRE 6 : LA COMMANDE (ORDERS).....116

6.1. La passation de commande (Placing an Order).....116
- L'acte qui transforme l'intention en contrat.....116
- A. La fonction et la structure de la commande.....116

FIGURE 27 : RÉF. IMG (8921-1207-1860).....118

Modèle de lettre de commande claire et professionnelle pour une entreprise.....118
- B. Les expressions-clés pour passer commande (Key Phrases).....118
- SCÉNARIOS ET EXERCICES.....119

6.2. Le bon de commande (Order Form)....121
- a. Du simple papier à l'engagement contractuel....121
- A. Définition et rôle du "Order Form"....121
- B. Les mentions obligatoires d'un bon de commande....121
- SCÉNARIOS ET EXERCICES....122

6.3. L'accusé de réception et la confirmation (Acknowledgment)....124
- a. L'importance du premier contact après la commande....124
- A. L'accusé de réception simple (Acknowledgment of receipt)....124

FIGURE 28 : RÉF. IMG (4598-6270-8449)....126

Anatomie d'un e-mail d'accusé de réception simple et efficace....126
- B. La confirmation de commande (Order Confirmation)....126

FIGURE 29 : RÉF. IMG (9425-6400-2033)....129

Exemple d'une confirmation de commande formelle engageant les deux parties....129
- Scénarios et exercices....129
- Une histoire de silence coûteux à Lubumbashi....129

6.4. Le refus ou la modification de commande....131
- a. Le client n'est pas toujours roi....131
- A. Les motifs de refus ou de modification....132
- B. Rédiger la lettre de refus : le tact avant tout....132

FIGURE 30 : RÉF. IMG (9684-0678-9868)....134

Anatomie d'une lettre de refus avec proposition d'alternative....134
- Scénarios et Exercices....134

CHAPITRE 7 : L'EXPÉDITION ET LA LIVRAISON (SHIPPING AND DELIVERY)....137

7.1. L'avis d'expédition et les documents de transport....137
- a. L'essentiel du message....137
- A. L'avis d'expédition (Despatch Note / Shipping Advice)....137

FIGURE 31 : RÉF. IMG (1223-7997-1672)....139

Modèle simplifié d'un avis d'expédition pour une transaction commerciale....139
- B. Les documents de transport principaux (Main Shipping Documents)....139

FIGURE 32 : RÉF. IMG (7156-0513-3516)....142

Extrait d'un Connaissement Maritime (Bill of Lading) pour un conteneur....142

MURHULA BAZIKANGE M.
Directeur Editorial
+243 860 655 590

- L'anecdote de Papa Kabasele et le conteneur bloqué.....142

7.2. La gestion des retards de livraison.....144

- a. La promesse brisée.....144
- A. Les principes d'une bonne gestion de retard.....144

FIGURE 33 : RÉF. IMG (8222-3718-1538).....147

Une secrétaire dépassée par les appels de clients mécontents à son bureau.....147

- B. Rédiger la communication de retard (Letter of Delay).....147

FIGURE 34 : RÉF. IMG (3231-2245-9126).....149

Main d'une personne écrivant une lettre de correspondance commerciale en anglais.....149

- SCÉNARIOS ET EXERCICES.....149

7.3. La réception et la vérification des marchandises.....151

- a. Le colis tant attendu.....151
- A. Les étapes fondamentales de la réception.....151

FIGURE 35 : RÉF. IMG (6057-8384-8603).....154

Agent d'entrepôt vérifiant des cartons avec un bon de livraison.....154

- B. La gestion des anomalies (Handling Discrepancies).....154
- SCÉNARIOS ET EXERCICES.....155

PARTIE 3 : RÈGLEMENTS, LITIGES ET RECOUVREMENT.....158

a. L'argent, le nerf de la guerre commerciale.....158

b. Le temps, c'est de l'argent : la première relance.....158

c. Quand le dialogue se complique : la gestion du litige.....158

d. L'étape finale : la procédure de recouvrement.....158

CHAPITRE 8 : LA FACTURATION (INVOICING).....159

8.1. La facture commerciale (Commercial Invoice).....159

- a. L'addition, s'il vous plaît !.....159
- A. Définition et Rôle de la Facture Commerciale.....159
- B. Les Mentions Obligatoires (Mandatory Information).....160

FIGURE 36 : RÉF. IMG (4973-2563-9439).....162

Zoom sur les Incoterms et les conditions de paiement.....162

- C. Scénarios et Exercices.....162

8.2. La facture pro-forma (Pro-Forma Invoice)....164
- a. Une promesse avant la vente....164
- A. Définition et rôle de la facture pro-forma....164

FIGURE 37 : RÉF. IMG (5629-8563-0306)....167

Anatomie détaillée d'une facture pro-forma pour une société à Matadi....167
- B. Les mentions obligatoires (Mandatory Information)....167

FIGURE 38 : RÉF. IMG (8859-0341-7723)....170

Le circuit d'utilisation d'une facture pro-forma à l'export depuis Boma....170
- SCÉNARIOS ET EXERCICES....170

8.3. Les notes de débit et de crédit (Debit and Credit Notes)....172
- a. Corriger les erreurs commerciales....172
- A. La Note de Débit (Debit Note) : La correction d'une sous-facturation....172

FIGURE 39 : RÉF. IMG (8868-8673-6739)....175

Anatomie d'une note de débit envoyée à un client....175
- B. La Note de Crédit (Credit Note) : Le remboursement ou l'annulation....175
- SCÉNARIOS ET EXERCICES....176

8.4. Les relevés de compte (Statements of Account)....178
- a. Une mémoire financière pour les affaires....178
- A. Le rôle du relevé de compte....178
- B. Les informations essentielles (Key Information)....178

CHAPITRE 9 : LES RÈGLEMENTS (PAYMENTS)....182

9.1. Les modes de paiement internationaux....182
- L'illusion de la simplicité....182
- A. Le Virement Bancaire International (Wire Transfer ou SWIFT Transfer)....182
- B. Le Crédit Documentaire (Letter of Credit - L/C)....182
- C. La Remise Documentaire (Documents Against Payment - D/P)....183
- SCÉNARIOS ET EXERCICES....183

9.2. L'avis de règlement (Advice of Payment)....185
- a. L'argent, une affaire de confiance et de preuves....185
- A. Définition et utilité de l'avis de règlement....185
- B. Contenu essentiel d'un "Advice of Payment"....185

FIGURE 40 : RÉF. IMG (7299-1973-2065)....187

MURHULA BAZIKANGE M.
Directeur Editorial
+243 860 655 590

Anatomie d'un avis de règlement efficace.....187
- C. Expressions et vocabulaire clés.....187
- Scénarios et Exercices.....188

9.3. L'accusé de réception de paiement.....189
- a. Un geste simple, une grande importance.....189
- A. Objectifs et Utilité.....190
- B. Structure et Expressions Clés.....190

FIGURE 41 : RÉF. IMG (0561-9363-1541).....192

Modèle de mail d'accusé de réception de paiement bien structuré.....192
- SCÉNARIOS ET EXERCICES.....192

9.4. Les demandes de délai de paiement.....194
- a. L'imprévu, un partenaire commercial silencieux.....194
- A. Principes clés d'une demande de délai.....194
- B. Structure de la lettre de demande (Request for an extension of time).....195

FIGURE 42 : RÉF. IMG (0513-5072-2706).....197

Structure d'une demande de délai de paiement professionnelle et courtoise.....197
- SCÉNARIOS ET EXERCICES.....197

CHAPITRE 10 : LES RÉCLAMATIONS ET LE RECOUVREMENT (COMPLAINTS AND COLLECTION).....200

10.1. La rédaction de la réclamation (Making a Complaint).....200
- a. L'art de se plaindre avec professionnalisme.....200
- A. Les 4 Éléments Clés d'une Réclamation Efficace.....200
- B. Le Ton et le Vocabulaire Adaptés (Tone and Vocabulary).....200

FIGURE 43 : RÉF. IMG (5497-0698-7935).....203

Anatomie d'une lettre de réclamation claire et structurée.....203
- C. Phrases Utiles pour Formuler une Réclamation.....203

FIGURE 44 : RÉF. IMG (9779-1186-5813).....206

Les erreurs de ton à éviter dans un email de réclamation.....206
- SCÉNARIOS ET EXERCICES.....206

10.2. La gestion et le règlement des litiges (Adjustments).....208
- a. L'art de réparer une erreur.....208

- A. Les deux temps de la réponse.....208
- B. Les trois types de solutions (“Adjustments”).....208

10.3. Le recouvrement : des relances à la mise en demeure.....211

- a. Une procédure millénaire, une méthode moderne.....211
- A. La première relance (First Reminder).....211
- B. La deuxième relance (Second Reminder).....211

FIGURE 45 : RÉF. IMG (3470-4600-5696).....212

Schéma montrant l’escalade de la sévérité dans les lettres de relance.....212

- C. La mise en demeure (Final Notice / Formal Notice).....212

FIGURE 46 : RÉF. IMG (6001-5008-5039).....214

Exemple d’une lettre de mise en demeure avec ses éléments clés.....214

- Scénarios et Exercices.....214
- Une leçon apprise à la dure à Lubumbashi.....214

ANNEXES.....217

A. Glossaire Commercial (English-French).....217

- A. Terminologie Financière et de Paiement.....217
- B. Terminologie Logistique (Incoterms).....218
- C. Vocabulaire Juridique et de Communication.....219
- D. Verbes à Particule (Phrasal Verbs) Courants.....219

B. Liste des Verbes Irréguliers Usuels.....220

- A. Définition et Classification Technique.....220
- B. Classification par Modèle de Conjugaison.....220
- C. Cas Particuliers et Variantes Dialectales.....223

C. Abréviations et Acronymes du Commerce International.....223

- A. Les Incoterms® (International Commercial Terms).....223
- B. Les Termes de Paiement.....225
- C. Les Documents de Transport et de Logistique.....226
- D. Abréviations Commerciales Générales.....226

D. Modèles de Lettres Types (Templates).....227

- A. Classification fonctionnelle des lettres commerciales.....227
- B. Anatomie d’une lettre commerciale standard (Standard Layout Components).....228
- C. Modèles structurels par type de lettre.....229
- D. Formats de mise en page (Layout Formats).....230

MURHULA BAZIKANGE M.
Directeur Editorial
+243 860 655 590

PRÉLIMINAIRES

Introduction Générale et Contexte Linguistique

1.1. Fondement Pédagogique : Le Passage au Registre Professionnel

L'enseignement de la correspondance commerciale anglaise marque une rupture didactique avec l'anglais généraliste. La finalité est l'acquisition d'un registre de langue spécifique, codifié et fonctionnel. Le rôle de l'enseignant est de guider l'élève au-delà de la simple correction grammaticale pour viser la pertinence contextuelle. Chaque acte de communication écrit répond à un objectif précis : informer, persuader, confirmer ou relancer. L'efficacité prime sur l'élégance littéraire.

1.2. Axes Linguistiques Spécifiques

La spécificité linguistique de l'anglais commercial s'articule autour de plusieurs piliers. La concision est fondamentale ; les structures passives et les phrases nominales sont souvent privilégiées pour dépersonnaliser le propos et aller droit au but. Le lexique est précis, intégrant des termes techniques et des acronymes propres au monde des affaires (ex: FOB, CIF, ASAP). Enfin, la modalité (usage de *would*, *could*, *may*) et les formules de politesse standardisées sont les outils essentiels de la diplomatie commerciale, permettant de maintenir une relation professionnelle cordiale même en situation de désaccord ou de réclamation.

1.3. Objectif Didactique : La Compétence Opérationnelle

La finalité de cet enseignement est l'atteinte d'une compétence purement opérationnelle. L'élève acquiert la capacité d'exécuter une tâche professionnelle par le biais de l'écrit : demander une information, accuser réception d'une commande ou gérer une réclamation. L'évaluation se concentre sur l'efficacité communicative et le respect des codes du genre épistolaire commercial. La richesse stylistique personnelle est un critère secondaire. La maîtrise de la structure formelle d'un email ou d'une lettre est donc aussi importante que le contenu du message lui-même.

Objectifs Terminaux d'Intégration

1. La compétence terminale visée

La finalité de ce programme est de construire une compétence unique et intégrée. L'apprenant, au terme de sa formation, doit pouvoir gérer de manière autonome une situation de communication professionnelle écrite en langue anglaise, typique du secteur tertiaire administratif. Cette maîtrise atteste sa capacité à fonctionner efficacement dans un environnement de bureau moderne.

1.1. Mobilisation des ressources

Cette compétence terminale suppose la mobilisation coordonnée de plusieurs savoirs. L'apprenant intègre des ressources linguistiques (lexique commercial, structures syntaxiques), des savoir-faire procéduraux (normes de mise en page, protocoles de communication) et des savoir-être (registre de langue adapté, codes de politesse interculturels). La performance attendue réside dans la synergie de ces éléments.

1.2. Production et traitement de la correspondance

L'exercice de la compétence se matérialise par la production et le traitement de documents variés. Sont concernés les courriels (e-mails), les lettres commerciales formelles, les notes de service (memos) et les réponses standards à des demandes d'information, des réclamations ou des commandes. L'action ne se limite pas à la rédaction, mais inclut la compréhension correcte des documents reçus.

1.3. Contexte d'évaluation

L'évaluation de cette compétence s'effectue au travers de situations-problèmes complexes et contextualisées. L'apprenant est placé dans un scénario professionnel plausible (ex : assistant dans une société minière à Lubumbashi, secrétaire dans une ONG à Goma) où il doit produire une ou plusieurs correspondances logiquement articulées, en réponse à un besoin spécifique présenté dans un dossier documentaire.

Profil de l'Élève et Compétences Visées

1. Profil de l'apprenant

L'élève inscrit en troisième année de l'option Secrétariat-Administration possède déjà un socle de connaissances fondamentales. Il maîtrise les principes de base de l'organisation de bureau et dispose d'un niveau d'anglais général fonctionnel. Sa maturité intellectuelle lui permet de comprendre la nécessité d'une communication professionnelle précise et codifiée. Cet enseignement ne part donc pas de zéro ; il s'appuie sur des acquis pour construire une compétence spécialisée. L'apprenant est orienté vers l'obtention d'un diplôme professionnalisant et cherche à acquérir des outils directement applicables dans le monde du travail.

2. Compétences terminales visées

Au terme de ce programme, l'élève doit être capable de produire des documents commerciaux en anglais conformes aux standards internationaux.

Cette maîtrise se décline en trois axes opérationnels : - **Compétence rédactionnelle :** Rédiger avec autonomie les principaux types de lettres commerciales (demande de renseignements, offre, commande, réclamation, lettre de relance). L'élève sait structurer son propos, utiliser les mises en page adéquates et formuler un message clair. - **Compétence lexicale et stylistique :** Mobiliser le vocabulaire technique et les expressions idiomatiques propres au monde des affaires anglo-saxon. Il distingue les registres de langue et adapte son ton (formel, courtois, ferme) à la situation de communication. - **Compétence méthodologique :** Analyser une situation commerciale simple pour en déduire le type de correspondance à produire. Il prépare ainsi efficacement les épreuves pratiques de l'Examen d'État.

Méthodologie et Approche Pédagogique

1. Ancrage Systématique dans le Contexte Professionnel

Une approche didactique efficace ancre chaque notion dans un scénario professionnel crédible. L'apprentissage de la structure d'un courriel ou d'une lettre commerciale se fait via la résolution d'un problème concret : une demande de cotation, une relance de paiement, une confirmation de commande. Cette méthode favorise la mémorisation et l'application directe des compétences linguistiques dans un cadre utilitaire.

2. Priorité à la Production Écrite Active

L'acquisition des compétences rédactionnelles passe par une pratique intensive et guidée. La mémorisation passive de modèles est insuffisante. Chaque séquence pédagogique aboutit à une tâche de production écrite où l'apprenant mobilise le lexique, les formules et les structures grammaticales étudiés. L'objectif est de transformer un savoir théorique en un savoir-faire immédiatement opérationnel en situation de travail.

3. Développement d'Automatismes Rédactionnels

La correspondance commerciale recourt à des structures et des registres de langue spécifiques. L'enseignement se concentre sur l'identification et la maîtrise de ces "blocs de construction" linguistiques. En systématisant l'usage des formules d'ouverture, de clôture et des expressions idiomatiques professionnelles, l'apprenant gagne en fluidité et en confiance. La répétition ciblée construit une compétence quasi-automatique, essentielle à l'efficacité professionnelle.

MURHULA BAZIKANGE M.
Directeur Editorial
+243 860 655 590

Partie 1 : FONDEMENTS DU BUSINESS ENGLISH ET PRÉSENTATION MATÉRIELLE

a. L'anglais, un outil de travail mondial

L'anglais des affaires est un instrument de travail indispensable. Il connecte une entreprise de Lubumbashi à un fournisseur de Shanghai. Chaque mot, chaque formule, a un poids économique. Une communication maladroite peut coûter un contrat important. Une communication précise ouvre des marchés. La maîtrise de cette langue technique est donc une compétence clé pour toute secrétaire aspirant à une carrière dans le commerce international.

b. Une langue de précision, pas de littérature

Le vocabulaire commercial anglais est spécifique et direct. Il vise l'efficacité, non la poésie. Des expressions comme "as per your request" ou "we look forward to hearing from you" sont des codes. Elles transmettent un message précis sans aucune ambiguïté. Apprendre cette langue, c'est apprendre un protocole. L'objectif est d'être compris rapidement et professionnellement, que l'on soit à Kisangani ou à Londres.

c. La première impression : l'importance du support

Une lettre commerciale est l'ambassadrice silencieuse de l'entreprise. Avant même la lecture du premier mot, le destinataire juge la qualité du papier, la clarté de la mise en page et la propreté de l'impression. Une présentation impeccable inspire confiance et sérieux. Un document mal formaté, même avec un contenu parfait, envoie un signal de négligence. Le support matériel parle pour l'organisation de Goma qui l'envoie.

d. De la théorie à la pratique : l'objectif de la secrétaire

La finalité de cette partie est concrète. Il s'agit de transformer des règles théoriques en un produit fini : une lettre commerciale parfaite. La secrétaire diplômée doit savoir choisir le bon format, rédiger avec le ton juste et assurer une présentation irréprochable. Cette compétence technique garantit que le message de son entreprise, qu'elle soit basée à Mbuji-Mayi ou ailleurs, est reçu avec le plus grand professionnalisme.

Chapitre 1 : Principes de la Communication Commerciale en Anglais

1.1. Style, Ton et Formules de Politesse

a. L'art subtil de la persuasion commerciale

Pendant que le vendeur du marché de Mbandaka crie les mérites de son poisson fumé, l'exportateur de Goma utilise un langage différent pour vendre son café. La langue anglaise, dans le commerce international, possède ses propres codes. La politesse n'est pas une option, elle est une stratégie fondamentale et un signe de compétence.

Un email mal formulé peut coûter un contrat juteux avec un partenaire à Mombasa. Une formule de politesse oubliée peut froisser un fournisseur à Anvers. Cette section détaille les règles d'or du style, du ton et des formules qui ouvrent les portes du commerce mondial, depuis les bureaux de la GECAMINES à Lubumbashi jusqu'aux startups de Kinshasa.

A. Le Style : Clarté, Courtoisie, Concision (The 3 Cs)

Un message commercial efficace en anglais suit trois principes simples. Ces principes sont connus comme les "3 Cs" : *Clarity*, *Courtesy*, *Conciseness*.

1. **Clarity (Clarté)** : Votre message doit être impossible à mal interpréter.
   - Utilisez des phrases courtes et directes.
   - Choisissez des mots simples et précis.
   - Structurez votre texte avec des paragraphes clairs. Un paragraphe correspond à une idée.
2. **Courtesy (Courtoisie)** : La politesse est la base de toute relation commerciale saine.
   - Employez systématiquement "please" et "thank you".
   - Privilégiez les formulations positives et les demandes polies.
   - Montrez du respect pour le temps et l'attention de votre lecteur.
3. **Conciseness (Concision)** : Allez droit au but. Le temps est une ressource précieuse dans le monde des affaires.
   - Évitez les répétitions et le vocabulaire superflu.
   - Présentez l'information la plus importante en premier.
   - Un email concis est un email qui sera lu et traité rapidement.

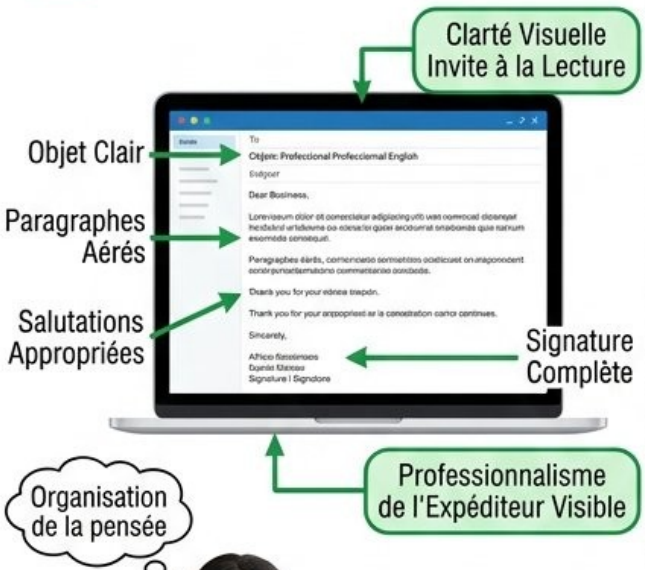
Conforme au Programme national

MURHULA BAZIKANGE M.
Directeur Editorial
+243 860 655 590

Figure 1 : Réf. IMG (5772-5108-7716)

Comparaison visuelle d'un email professionnel anglais : clair vs. confus.

a. Le bon exemple





Expéditeur Professionnel
(Esprit Structuré et Fiable)

b. L'exemple à ne pas suivre





Destinataire
Ignorant / Mal Compris

c. L'impact psychologique

Psychologie Positive:
Perception Structurée, Fiable

Organisation de l'écrit → Organisation de la pensée → Avantage Négociation / Information

Psychologie Négative:
Perception Désordre, Manque de Respect

d. Le réflexe professionnel

1. Rédiger l'email
2. Vérification visuelle rapide
3. Message aussi professionnel dans forme que fond ✓

Figure 1 : Réf. IMG (5772-5108-7716)

Comparaison visuelle d'un email professionnel anglais : clair vs. confus.

a. Le bon exemple

Ce visuel montre à gauche un email parfaitement structuré. Il possède un objet clair, des paragraphes aérés, des salutations appropriées et une signature complète. La clarté visuelle invite à la lecture et témoigne du professionnalisme de l'expéditeur avant même la lecture du premier mot.

b. L'exemple à ne pas suivre

À droite, le même message est présenté comme un bloc de texte dense et sans structure. Absence de salutation, phrases longues, pas de paragraphes distincts. Ce format communique le désordre et le manque de respect pour le temps du destinataire. Il risque d'être ignoré ou mal compris.

c. L'impact psychologique

La mise en page influence la perception. Un email bien organisé, comme celui de gauche, suggère un esprit structuré et fiable. C'est un avantage psychologique immédiat dans une négociation ou une demande d'information. L'organisation de l'écrit reflète l'organisation de la pensée.

d. Le réflexe professionnel

Adopter une structure claire doit devenir un automatisme. Avant d'envoyer un email, une rapide vérification visuelle permet de s'assurer que le message est aussi professionnel dans sa forme que dans son fond.

B. Le Ton : Adapter son message au destinataire

Le ton est la "couleur" de votre voix à l'écrit. Il doit être adapté à votre interlocuteur et à la situation. Un premier contact avec un client potentiel à Londres n'aura pas le même ton qu'un email de suivi à un partenaire de longue date à Pointe-Noire.

- **Ton Formel (Formal)** : Utilisé pour un premier contact, une communication officielle ou avec une personne en position hiérarchique supérieure. Il est neutre, respectueux et distant.

  - Exemple : "Dear Sir/Madam", "We are writing to enquire about…".
- **Ton Semi-Formel (Semi-Formal)** : Le plus courant dans les affaires. Il est poli et professionnel, mais un peu moins rigide. Parfait pour les communications quotidiennes avec des clients ou partenaires que vous connaissez.
  - Exemple : "Dear Mr. Tshibangu", "I hope this email finds you well.".
- **Ton Informel (Informal)** : Réservé aux collègues proches ou aux partenaires avec qui une relation de confiance est établie depuis longtemps. Son usage demande beaucoup de prudence.
  - Exemple : "Hi John", "Just checking in…".

C. Les Formules de Politesse Essentielles

Maîtriser les formules de salutation et de clôture est non-négociable. Elles dépendent directement du ton choisi.

Figure 2 : Réf. IMG (8188-9025-8445)

Le spectre de la formalité dans les formules de politesse anglaises.

a. La règle de la symétrie

Ce schéma illustre une règle simple : la formule de clôture doit correspondre au niveau de formalité de la formule d'ouverture. On ne peut pas commencer un email par "Dear Sir or Madam" et le finir par "Cheers". C'est un manque de cohérence qui déroute le lecteur.

b. Le duo "Faithfully / Sincerely"

La distinction est cruciale en anglais britannique. Si vous commencez par "Dear Sir/Madam" (vous ne connaissez pas le nom), vous devez finir par "Yours faithfully". Si vous commencez par "Dear Mr. Bofosa" (vous connaissez le nom), vous finissez par "Yours sincerely".

c. La polyvalence de "Best regards"

"Best regards" ou "Kind regards" sont des options semi-formelles très sûres et passe-partout. Dans le doute, elles constituent un excellent choix, car elles sont polies sans être excessivement rigides. Elles conviennent à la plupart des communications commerciales modernes.

d. L'informel contrôlé

Les formules comme "Best" ou "All the best" se situent à la frontière de l'informel. Elles sont à réserver pour des échanges réguliers avec des personnes que vous connaissez bien et avec qui le courant passe bien.

■ ■ ■

Anecdote : La commande de pagnes de Maman Hélène

Maman Hélène, commerçante de tissus au grand marché de Kisangani, rêvait d'importer directement des pagnes wax hollandais depuis le Bénin. Elle ne parlait que lingala et swahili. Son fils, Jonathan, finaliste en secrétariat-administration à l'ISC, lui a proposé son aide. Il a expliqué à sa mère que pour impressionner un fournisseur international, les mots devaient être aussi impeccables que ses plus beaux tissus.

Ensemble, ils ont rédigé un email en anglais. Jonathan a insisté sur chaque détail : un objet précis ("Inquiry for wholesale purchase - Kisangani retailer"), une salutation formelle ("Dear Sales Manager"), une présentation claire de l'entreprise de sa mère, et une demande polie de catalogue et de prix. Il a terminé par un "Yours sincerely" impeccable. Le fournisseur, habitué à des messages peu clairs, a été si impressionné par le professionnalisme qu'il a non seulement répondu en 24h, mais a aussi offert une remise sur la première commande pour "encourager une partenaire si sérieuse".

Exercice 1 : La demande de clarification de Papa Kabongo

Énoncé : Papa Kabongo, gérant d'une quincaillerie à Kananga, a reçu une liste de prix d'un fournisseur de matériel de plomberie basé en Afrique du Sud. La colonne "Unit Price" est vide pour plusieurs articles. Il doit écrire un email court et poli en anglais pour demander les prix manquants.

Résolution pas-à-pas :

1. **Étape 1 : Rédiger un objet clair** Le sujet de l'email doit être immédiatement compréhensible. "Query regarding Price List dated [Date]" ou "Missing prices in your recent quotation" sont des options efficaces.
2. **Étape 2 : Choisir la salutation appropriée** Il s'agit d'un contact professionnel existant. Une salutation semi-formelle est idéale. "Dear Mr. Naidoo," (s'il connaît le nom) ou "Dear Sales Team," fonctionnent parfaitement.
3. **Étape 3 : Formuler le corps du message** Commencez par remercier : "Thank you for sending the price list." Exposez le problème simplement : "We have noticed that the unit prices for items [Item code 1] and [Item code 2] are missing." Formulez la demande poliment : "Could you please provide us with the missing information at your earliest convenience?"
4. **Étape 4 : Conclure avec une formule de politesse** Une formule semi-formelle est de rigueur. "Best regards," ou "Kind regards," suivi de son nom et de sa fonction : "Best regards, Papa Kabongo Manager, Quincaillerie Tujiendelee"

Exercice 2 : Le refus diplomatique de Mlle Faida

Énoncé : Mlle Faida, assistante de direction dans une ONG à Bukavu, doit refuser une offre de service traiteur pour un séminaire. L'offre est excellente, mais dépasse le budget alloué. Elle doit écrire un email pour décliner l'offre tout en gardant une bonne relation avec le traiteur pour de futurs événements.

Résolution pas-à-pas :

1. **Étape 1 : Construire un objet informatif** L'objet doit faire référence à l'offre initiale pour un contexte immédiat. "Re: Your catering proposal for our seminar of [Date]".
2. **Étape 2 : Commencer par une note positive** Remerciez sincèrement le traiteur pour son temps et la qualité de sa proposition. "Thank you very much for your detailed proposal for our upcoming seminar. We were very impressed with the menus you suggested."
3. **Étape 3 : Annoncer la décision avec diplomatie** Soyez direct mais poli. N'utilisez pas un langage négatif comme "We reject your offer". Privilégiez : "After careful consideration of all proposals, we have made our decision. Unfortunately, your quotation, while competitive, is currently beyond our allocated budget for this event."
4. **Étape 4 : Laisser la porte ouverte pour l'avenir** C'est l'étape cruciale pour maintenir la relation. "We were truly impressed by your professionalism and will certainly keep your contact information on file for future events with a more suitable budget. We hope to have the opportunity to work with you in the future."
5. **Étape 5 : Choisir une clôture professionnelle et chaleureuse** "Kind regards," est un excellent choix ici, car il est à la fois professionnel et amical. "Kind regards, Faida M.' Executive Assistant, ONG VIVES"

1.2. La structure de la phrase et la ponctuation

a. Le détail qui change tout

Même si un point ou une virgule semble être un détail minuscule, en correspondance commerciale anglaise, c'est un outil de précision. Une

ponctuation mal placée peut transformer une instruction claire en une source de confusion coûteuse, comme un colis envoyé à Goma au lieu de Boma.

Maîtriser la structure de la phrase et sa ponctuation assure que le message est reçu exactement comme il a été envoyé. C'est la base de la confiance entre partenaires commerciaux, que l'on soit à Lubumbashi ou à Londres.

A. La Phrase Simple : Le Modèle S-V-O (Subject-Verb-Object)

La structure de base de la phrase affirmative anglaise est simple et directe. Elle suit presque toujours l'ordre Sujet-Verbe-Objet. Le sujet est celui qui fait l'action. Le verbe est l'action. L'objet est celui ou ce qui subit l'action.

- **Sujet :** *Our company* (Notre entreprise)
- **Verbe :** *sells* (vend)
- **Objet :** *coffee* (du café)

La phrase complète et correcte est : *Our company sells coffee.* Respecter cet ordre est non négociable pour être compris. Toute variation crée de la confusion.

Figure 3 : Réf. IMG (8210-5798-1844)

Schéma de la structure de phrase anglaise simple
simpl sujet-verbe-objet

a. Le Sujet (Subject)

L'acteur de la phrase
| Point de départ

Mr. Kabasubabu
He
She
It
We
The sales department



b. Le Verbe (Verb)

to send (envoyer)
to receive (recevoir)
to confirm (confirmer)
to pay (payer)

Action ou État |
Juste après le sujet

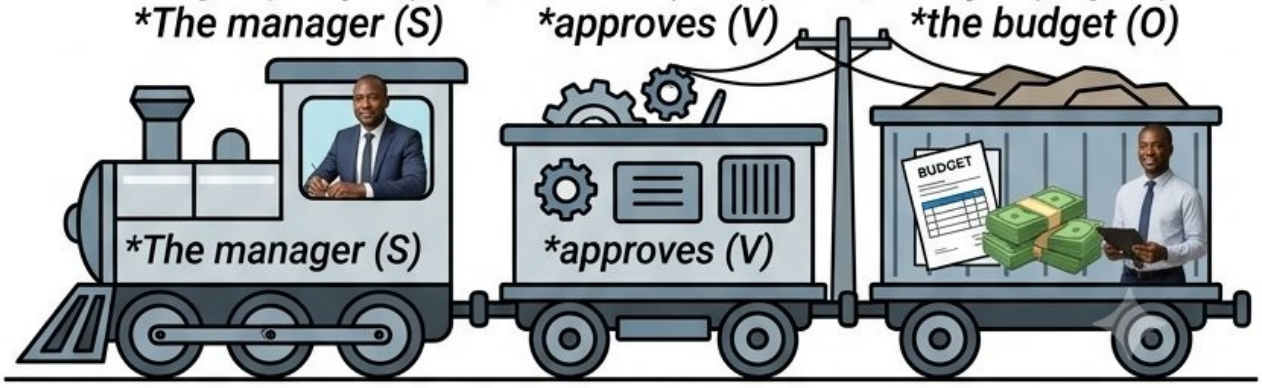
c. L'Objet (Object)

the invoice (la facture)

Reçoit l'action |
Répond à 'quoi ?' ou 'qui ?'

d. L'Exemple Pratique

Sujet (Subject) → **Verbe** (Verb) → **Objet** (Object)
*The manager (S) *approves (V) *the budget (O)



The manager (S) approves (V) the budget (O).

Figure 3 : Réf. IMG (8210-5798-1844)

Schéma de la structure de phrase anglaise simple sujet-verbe-objet

a. Le Sujet (Subject)

Il représente l'acteur de la phrase. Il peut être un nom propre (Mr. Kabasubabu), un pronom (He, She, It, We) ou un groupe nominal (The sales department). C'est le point de départ de votre idée.

b. Le Verbe (Verb)

Le verbe exprime l'action ou l'état. Sa place est juste après le sujet. En anglais commercial, les verbes sont souvent des mots d'action clairs : *to send* (envoyer), *to receive* (recevoir), *to confirm* (confirmer), *to pay* (payer).

c. L'Objet (Object)

L'objet reçoit l'action du verbe. Il répond à la question "quoi ?" ou "qui ?". Dans la phrase *We sent the invoice* (Nous avons envoyé la facture), *the invoice* est l'objet. Il subit l'action d'être envoyé.

d. L'Exemple Pratique

Pensez à la phrase comme à un train. La locomotive est le Sujet, le wagon moteur est le Verbe, et le wagon de marchandises est l'Objet. L'ordre ne change pas. *The manager (S) approves (V) the budget (O).*

■ ■ ■

B. La Ponctuation Essentielle en Anglais Commercial

Une ponctuation correcte guide le lecteur. Elle indique où respirer, où s'arrêter et comment les idées sont connectées.

- **Le Point (Period) :** Il termine une phrase complète. *We received your payment. Thank you.*
- **La Virgule (Comma) :** Elle a plusieurs rôles.
  - Séparer les éléments d'une liste : *Please send the report, the invoice, and the contract.*
  - Séparer deux clauses indépendantes reliées par un coordonnant (for, and, nor, but, or, yet, so) : *The delivery is late, but we have notified the client.*

- **Le Point-Virgule (Semicolon) :** Il connecte deux phrases indépendantes mais très liées. *Our supplier is in the Kasaï; their products are high quality.*
- **Les Deux-Points (Colon) :** Ils introduisent une liste, une explication ou une citation. *We need three things: a printer, paper, and ink.*

MURHULA BAZIKANGE M.
Directeur Editorial
+243 860 655 590