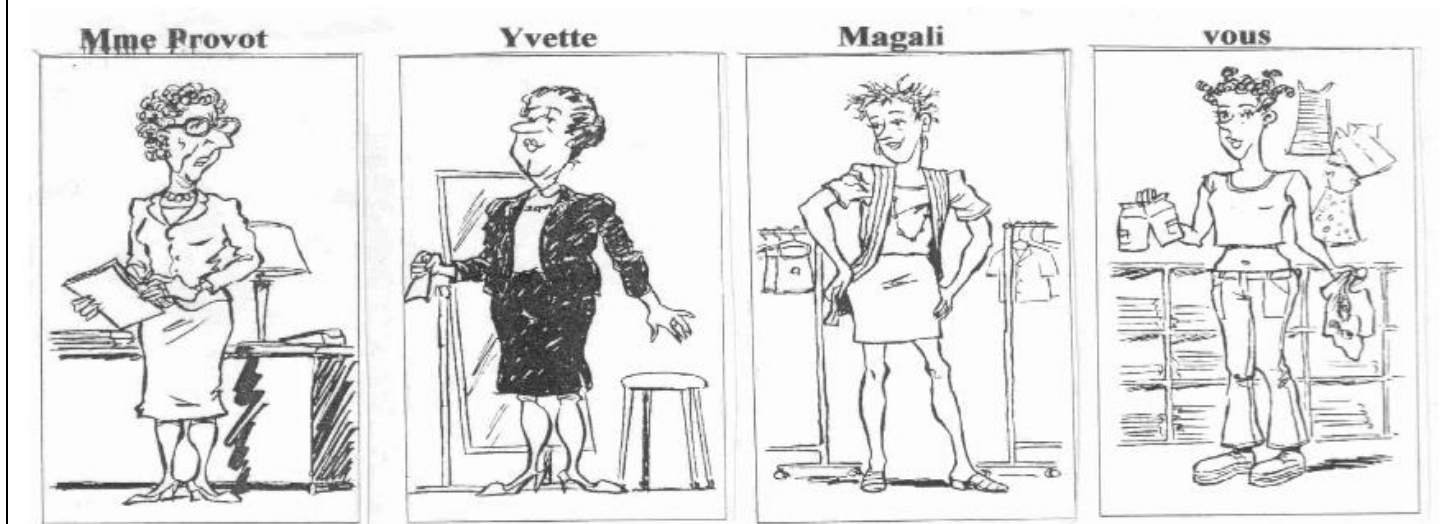


L'organisation :

Le magasin « les petits anges » spécialisé dans le prêt-à-porter pour enfants est situé dans un quartier « chic » de Paris. Les vendeuses sont toujours dans une tenue irréprochable, d'un genre plutôt classique. Mme Provot, la directrice, conseille le tailleur à ses vendeuses. L'ambiance est calme, presque feutrée. L'attitude de chacun doit correspondre à l'image « haut de gamme » de la boutique.

Le contexte :

C'est la fin de semaine et Mme Provot désire faire un compte rendu d'activité car elle s'est absentée pendant plusieurs jours. Elle convoque son équipe dans son (petit) bureau personnel. Elle est debout derrière son bureau, les bras croisés. Les 3 employés (dont vous, stagiaire) sont assis inconfortablement face à elle. Elle a confié la boutique à Mme Yvette, 42 ans, vendeuse depuis environ 15 ans, douce, posée et toujours calme. Il y a dans cette boutique Magali, 24 ans, vendeuse depuis presque deux ans. Elle est folle de mode. Elle aurait préféré travailler dans le prêt à porter, mais elle n'a pas trouvé. Vous êtes en contrat saisonnier pendant les fêtes de fin d'année.

**1. La communication interpersonnelle****1.1. Les composantes de la communication****Activité 1 : Analyse d'une situation de communication interpersonnelle**

1. A partir du document 1, vous complétez le tableau en annexe 1.

Document 1 : La situation de communication

Interventions	Communication
1	Mme Provot : (en parlant fort et en levant les mains au ciel). Dites-moi, Yvette, que s'est-il passé hier avec la cliente qui a rapporté le petit ensemble vert ? Elle à fait un scandale à Magali !!
2	Magali : (en parlant vite et pas fort) Je voulais vous en parler mais je n'ai pas eu le temps.....
3	Mme Provot : (elle l'interrompt) : je m'adresse à Yvette, pas à vous pour le moment. Elle a plus d'expérience, il me semble !
4	Yvette : Ne vous inquiétez pas Madame. Je suis d'accord avec vous. J'ai géré la cliente. En fait, Magali n'a rien à se reprocher ! L'étiquette de l'ensemble précisait bien qu'il n'était pas lavable en machine mais la cliente ne l'a pas remarquée. J'ai fait un avoir, elle est repartie ravie !!

5	Mme Provot : Vous croyez que votre ton lénifiant est suffisant pour expliquer une telle erreur ? Mais, Magali, vous ne lui avez pas fait toutes les recommandations nécessaires ?
6	Vous : Oh si, Madame, j'étais là, Magali lui a dit, mais elle était vraiment grave cette cliente !
7	Mme Provot : (vous interrompt et s'approche de Magali) : C'est Magali que je voulais entendre ! Je n'ai pas sollicité votre avis pour le moment !
8	Magali : (troublée, elle recule et baisse la tête),euh si, j'lui ait dit....
9	Mme Provot : Ce n'est pas très professionnel cette attitude. !! (Elle s'adresse à vous, maintenant en pointant le doigt vers vous). C'est comme votre tenue, parfois réhhibitoire ! Vous avez rien d'autre à vous mettre ?
10	Vous : C'est un top que j'ai acheté chez Zara, c'est de la bale ! Je l'ai payé cher ! (effectivement, c'est « un top » très court qui laisse largement apparaître le nombril).
11	Mme Provot : On arrête la discussion, j'ai rendez- vous avec le comptable. (s'adressant à vous) : j'en ai pas terminé avec vous

Annexe 1 : Les composantes de la communication

Composantes	Définition	Analyse du document
Les acteurs	Les individus qui participent activement à la communication (émetteurs ↔ récepteurs)	(ci possible, vous précisez le rôle et le statut de chaque acteur)
Le message	L'ensemble des informations qui sont transmises	
Le canal	L'information est véhiculée par un médiateur comme la voix, le téléphone, l'écrit, l'image, etc.	
Le contexte	Le cadre de l'échange : lieu, moment, type de relation, temps à disposition, interférence, rituels, etc.	

1.2. Les enjeux et les stratégies de communication

Document 2 : Les enjeux de la communication.

L'enjeu représente ce que chaque acteur de la communication cherche à gagner dans la situation de communication. La communication ne se réduit pas à un seul échange d'informations (**enjeu informatif**). Il peut s'agir d'exprimer son identité, sauver la face (**enjeu identitaire**), agir sur l'autre pour changer ses idées ou ses actions (**enjeu d'influence**), créer ou consolider une relation (**enjeu relationnel**) ou protéger son espace personnel (**enjeux territoriaux**).

Document 3 : Les stratégies de communication.

Pour gagner son enjeu, les acteurs de la communication vont adopter un comportement verbal et non verbal qui va leur permettre d'atteindre l'enjeu fixé : c'est la stratégie. On peut distinguer :

- . **La stratégie de coopération** : rechercher le consensus durant la communication, écouter l'autre et ses arguments.
- . **La stratégie de résistance ou d'opposition** : être réfractaire au dialogue, s'entêter sur ses positions. La communication est difficile.
- . **La stratégie d'évitement** : fuir le dialogue, éviter le conflit. La communication est rompue.
- . **La stratégie d'influence** : essayer de faire changer l'opinion ou le comportement de l'autre.

Activité 2 : Analyse d'une situation de communication interpersonnelle à partir des documents 1 à 3.

1. A partir des documents 1 à 3, vous complétez le tableau ci-dessous (annexe 2).

	Enjeux	stratégies	Eléments d'analyse (interventions, mots et réactions des acteurs)
Mme PROVOT			
YVETTE			
MAGALI			
VOUS			

2. La construction du sens dans la communication interpersonnelle

2.1. Langage verbal et non verbal

Activité 3 : A partir des documents 1, 4 à 6

1. Complétez le document 4
2. Quel est le niveau de communication qui a le maximum d'impact sur le sens du message reçu par le récepteur ?

.....

3. Quel est le niveau de communication le mieux maîtrisé par l'émetteur lors d'une situation de communication interpersonnelle.

.....

4. Qu'en concluez-vous ?

.....
.....
.....

5. Quels sont les registres de langage utilisés par les différents acteurs ? Citez des exemples précis.

.....
.....
.....
.....
.....

6. Quelles sont les raisons qui poussent Mme Provot à utiliser ce registre de langage ?

.....
.....
.....

7. Quelles peuvent-être les conséquences de l'utilisation de ce registre de langage par la jeune stagiaire dans sa relation aux autres membres de l'organisation ?

.....
.....
.....
.....

8. Quels sont les éléments de paralangage utilisés par les différents acteurs ? Dans quel but ? Citez des exemples précis.

.....
.....
.....
.....
.....

9. Quels sont les éléments non-verbaux utilisés par les différents acteurs ? Dans quel but ? Citez des exemples précis.

.....
.....
.....
.....
.....

Document 4 : Les registres de langage

Le registre de langage utilisé par l'émetteur dépend de la situation de communication, et de la relation qui existe entre l'émetteur et le récepteur. Il existe **trois registres de langue**:

- **le registre familier**: il est employé dans les conversations privées, entre amis ou personnes qui se connaissent bien. Il se caractérise par une prononciation qui avale certaines syllabes, un vocabulaire familier et des incorrections grammaticales.
- **le registre courant**: c'est le registre le plus fréquent; on l'emploie dans la vie quotidienne, lorsque l'on s'adresse à un proche ou à ses parents. Il se caractérise par une prononciation correcte et un vocabulaire courant. Il respecte les règles grammaticales.
- **Le registre soutenu**: on l'emploie quand on s'adresse à un supérieur ou à quelqu'un d'important. Ce registre est particulièrement soigné: la prononciation est parfaite, la grammaire correcte et le vocabulaire recherché.

Document 5 : Le paralangage et la communication non verbale

La communication non verbale : silences, gestes, postures, expressions faciales, ton de la voix, rythme de l'élocution, vêtements... complètent le message auditif. Elle exprime les émotions, les sentiments, les valeurs. Cette communication renforce et crédibilise le message verbal lorsqu'elle est adaptée, mais peut décrédibiliser ce même message si elle est inadaptée.

Le Paralangage va au-delà des mots prononcés. Il inclut le timbre et le volume de la voix, le rythme des mots, les coupures d'une phrase.

Le Paralangage entoure les mots et exprime les sentiments à travers la façon dont ils sont dits.

Document 6 : Comment communique-t-on ?

DANS LA COMMUNICATION	
➤ 10% passe par les mots	= niveau : Les mots
➤ 30% passe par le ton, le débit, les silences	= niveau.....: Autour des mots
➤ 60% passe par le regard, les gestes, les postures, les mimiques, le look..	= niveau.....: Le langage du corps

2.2.L'influence du contexte matériel dans la communication

2.2.1 Le contexte spatial, la proxémie, le temps

Activité 4 : A partir de l'annexe 3 et des documents 1, 7 à 9

1. Complétez l'annexe 3
2. Comment la répartition des tables (document 7) affecte-t-elle la communication des participants ?

.....

.....

.....

.....

.....

3. Quels éléments du contexte spatial influent sur la relation de communication entre Mme Provot et son équipe ?

.....
.....
.....
.....

4. Qu'est ce que la proxémie et en quoi affecte-t-elle la communication ?

.....
.....
.....
.....

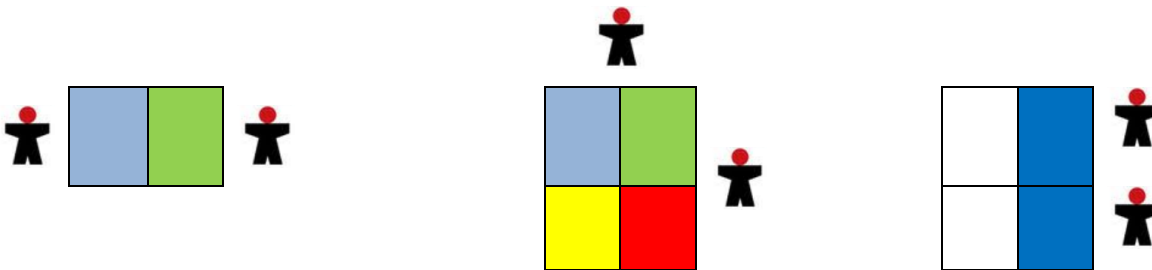
5. A votre avis, quelle est la distance appropriée dans le cadre d'une communication entre deux personnes ?

.....
.....
.....

6. En quoi le temps affecte-t-il la communication ?

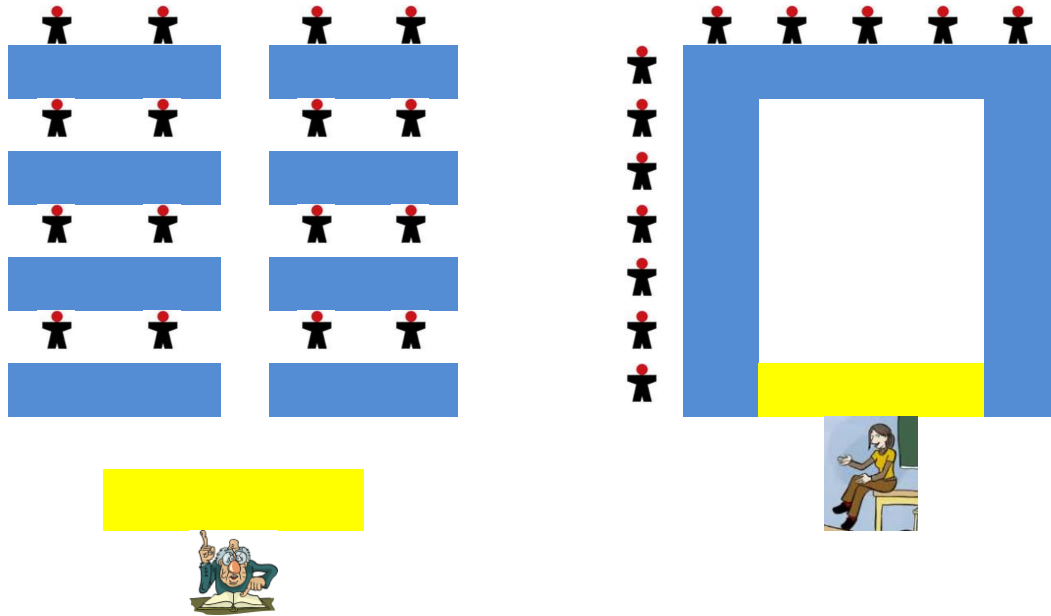
.....
.....
.....

Annexe 3 : Comment la répartition des tables affecte t-il la communication des personnes qui travaillent ?



<p><i>Les personnes sont face à face</i></p>	<p><i>Les personnes sont sur deux côtés de la table</i></p>	<p><i>Les personnes sont côte à côte</i></p>

Document 7 : L'aménagement d'une salle de cours ou de réunion



Document 8 : La nature du lieu

Chaque individu présente une image de lui-même différente en fonction de la présence éventuelle d'un public. On communique donc différemment selon que le lieu est public (ex. une salle d'attente, un bureau administratif, la rue...) ou privé (le domicile, la voiture...). Ainsi, par convention sociale, on sait qu'il est de bon ton de ne pas élever la voix dans une bibliothèque alors que le niveau sonore est plutôt ample lorsque l'on est à domicile.

Document 9 : La proxémie

