

Le FOS: une évaluation des ressources pédagogiques en ligne

Nuria Rodríguez Pedreira et Carlos Valcarcel Riveiro

Universidade de Santiago de Compostela

finuprod@usc.es et fivalcar@usc.es

Résumé

Conscients de l'importance croissante que revêtent la formation en distanciel et par voie de conséquence les méthodes, outils et activités articulées autour d'un apprentissage autonome, cette étude se propose d'évaluer l'ensemble des ressources pédagogiques en ligne mises à disposition de l'internaute apprenant. Comme les contenus interactifs et multimédia concernant le FLE (français langue étrangère) sont innombrables, nous nous sommes centrés sur le français de spécialité (FOS: français sur objectifs spécifiques), en particulier, le français des affaires et du tourisme. Notre objectif étant de compléter un travail précédent portant sur l'évaluation des sites FOS, de nouveaux critères ont été considérés pour une utilisation optimale des ressources en jeu. Il s'avère qu'une bonne combinaison des outils pédagogiques disponibles sur Internet pourrait être une bonne option pour les apprenants du français des affaires, alors que les outils de formation interactive concernant le français du tourisme demeurent insuffisants pour garantir un apprentissage adéquat de cette langue spécifique.

Mots clés: TIC, ressources pédagogiques en ligne, français sur objectifs spécifiques (FOS), français des affaires, français du tourisme.

Abstract

FSP: an evaluation of online pedagogical resources

Given the increasing importance of distance learning and therefore of the need for methods, tools and activities designed for self-learning, this paper proposes to make an evaluation of the existing resources available on the Internet for online learners. As interactive and multimedia content for FFL (French as a

Foreign Language) is considerable, the analysis focuses on FSP (French for Specific Purposes), and particularly on French for business and tourism. The goal of this paper is to complete work done previously on the evaluation of websites devoted to FSP, by applying new criteria for an optimal use of online resources. The results of this research point out that a good combination of learning content available on the Net might be a profitable option for learners of business French, while e-learning tools for French used in the tourism area remain insufficient.

Key words: ICT, e-learning resources, French for Specific Purposes (FSP), French for business, French for tourism.

1. Introduction

Dans les dernières décennies, l'enseignement/apprentissage du FLE a subi de nombreuses transformations tant méthodologiques que pédagogiques. Les publics apprenants intéressés par l'apprentissage d'une langue étrangère ont également évolué. Les raisons de cette évolution sont multiples: le développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication (TIC), les transformations du marché linguistique, ainsi que la demande diversifiée d'un enseignement pratique de la part des publics professionnels contribuent à la diffusion d'un enseignement/apprentissage spécifique adapté aux nouveaux défis. Surgissent alors un certain nombre de dénominations parallèles répondant à ce renouveau méthodologique: "français fonctionnel", "français de spécialité", et "français sur objectifs spécifiques" (FOS), qui finit par s'imposer vers les années 90. Comme l'affirment Cuq et Gruca (2003: 321) "la science et la technique sont désormais partie prenante du champ de la culture, et (...) une langue qui veut conserver son statut de langue internationale de communication ne peut plus ignorer ce fait". Le public est désormais à la recherche d'un enseignement fonctionnel qui lui assure son intégration dans le marché du travail. Les besoins de l'apprenant ne se cantonnent pas à l'acquisition des compétences langagières nécessaires à la communication mais ils s'étendent aux savoir-faire professionnels (prendre un rendez-vous par téléphone, passer une commande, rédiger une lettre commerciale, préparer un voyage d'affaires...). Tauzin (2003: 82) manifeste à ce propos "le FOS ce n'est pas enseigner le français ou apprendre le français, mais c'est bien apprendre du français "pour". C'est du français pour travailler –pour les uns– et pour suivre des études– pour les autres". L'apprenant n'apprend donc plus le français (langue culturelle), mais du français (langue fonctionnelle).

L'importance de cet enseignement réside dans le fait qu'on y aborde des sujets directement liés au centre d'intérêt des apprenants, autrement dit, qu'on y enseigne un français spécifique utilisé en situation de communication réelle dans un contexte linguistique particulier. Ainsi, comme le signale Richer (2004: 11) "Ces apprenants (...) visent une rentabilité de la formation, un retour significatif sur investissement en formation (...) et présentent une *forte motivation professionnelle et/ou sociale*".¹

Il ne fait donc aucun doute que l'enseignement du français sur objectifs spécifiques met au premier plan l'apprenant et son activité professionnelle. Nous reprendrons volontiers à notre compte l'affirmation de Mangiante et Parpette (2004: 158) déclarant que "Le grand intérêt du FOS sur le plan méthodologique réside (...) dans la cohérence, **le lien explicite qu'il établit entre besoins des apprenants et objectifs de cours**". Non seulement l'enseignant de FOS doit-il pouvoir amener l'apprenant à connaître la langue française mais aussi doit-il savoir développer pour lui "un véritable agir communicationnel, professionnel et culturel" (Richer, 2004: 14). Il doit parvenir pour cela à une maîtrise à la fois langagière et culturelle et s'adapter aux différents domaines de spécialité. Doivent s'y ajouter la nécessité d'une didactique spécifique adaptée aux exigences des apprenants, qui focalisent leurs besoins sur des savoir-faire langagiers et professionnels.

La méthodologie du FOS se singularise donc par le poids que revêt la dimension sociale dans le contexte d'apprentissage ce qui se traduit par l'établissement d'objectifs visant le domaine à la fois lexical et socioprofessionnel. Le besoin de mettre en place des programmes spécifiques d'enseignement se fait sentir de plus en plus dans les institutions qui doivent redoubler d'efforts pour fournir des ressources à la fois humaines et matérielles. La généralisation des équipements informatiques dans les centres d'enseignement devrait conduire à une innovation de la méthode d'enseignement/apprentissage qui demeure le plus souvent ancrée dans une pédagogie trop classique de la diffusion des savoirs par la parole et l'écrit. L'utilisation des TICE (technologies de l'information et de la communication pour l'enseignement) suppose un pas en avant dans le processus d'apprentissage, donc une plus grande souplesse dans l'organisation des enseignements, en modules. Soulignons aussi une forte implication des étudiants dans ce contexte d'apprentissage justifiée par l'émergence des nouveaux outils pédagogiques (formation sur mesure, autoévaluation, suivi personnel, tutorat).

Les TIC offrent, en général, une interactivité poussée que ne permettent pas

les ouvrages sur papier, les cassettes ou les vidéos. Ainsi, non seulement la “Toile” permet-elle un travail tutoré mais elle garantit un apprentissage autodirigé. La combinaison d’un enseignement en modules et les multiples ressources didactiques disponibles sur le Web (activités pédagogiques diverses, forums de discussion, tchats, blogs, etc.) suffisent, selon nous, à assurer dans un premier temps une formation initiale en langue de spécialité. Bien entendu il ne faut pas oublier la qualité et la richesse de l’enseignement classique “en présentiel” qui appelle les apprenants à la réflexion et aux échanges communicatifs. Pourtant, l’attrait et la diffusion croissante des TICE, contribuant à la modernisation des universités, a vocation à prendre le relais.

2. Analyse des ressources e-learning en français des affaires et du tourisme

Un recensement ainsi qu’une évaluation sommaire des ressources pédagogiques disponibles sur le Web ont été menés dans une étude préalable². Chaque ressource retenue devait faire l’objet d’une numérotation suivant une grille d’analyse élaborée à cet effet. L’originalité de cette grille provient du fait qu’elle peut être réutilisée et modifiée autant que possible pour l’évaluation d’outils pédagogiques en ligne. Comme disent Guyot-Clément et al. (2003: 5):

Nous avons voulu vous faciliter l’emploi d’Internet, vous permettre d’accéder à des informations aussi diverses que possibles, pour éviter de vous perdre dans les méandres de la Toile (...) bref, mettre le maximum d’atouts de votre côté pour rendre l’enseignement et l’apprentissage de la langue française encore plus attractifs.

Notre prétention ici est d’approfondir le travail entamé précédemment, en y apportant de nouvelles données susceptibles d’influer sur le taux de popularité des sites concernés.

Les résultats que nous présentons sous forme de données numériques pourraient être à la base du succès plus ou moins grand des sites consultés et ils peuvent bien constituer un excellent indice de l’état de la question.

N’ont été envisagées que les ressources e-learning pour l’apprentissage de la langue de spécialité, en ce qui concerne tout particulièrement le français des affaires et du tourisme. Outre le modèle de grille d’analyse dans lequel y sont

inscrits les scores obtenus par chaque site³, nous présentons une grille complémentaire explicative de ces résultats (cf. Annexe 2).

Un premier classement des sites sélectionnés pourrait être établi en fonction de leur structure et de leurs objectifs. D'une part, se détachent de l'ensemble de véritables méthodes en ligne qui proposent aux internautes un apprentissage progressif et structuré en modules. C'est le cas de la méthode thaïlandaise *Bonjour de Thaïlande* (S9), consacrée à l'apprentissage du français du tourisme, ainsi que des sites *Comment vont les affaires?* (S5) et *Make French Your Business* (S7), élaborés dans le cadre des programmes éducatifs de Radio France Internationale et de la BBC. D'autre part, les sites restants constituent plutôt des banques de ressources pour l'apprentissage et l'enseignement du français des affaires et du tourisme. Il s'agit du site *Le français en affaires*, élaboré sous le partenariat de différentes institutions publiques et privées du Québec (S2), du site de la section de langues de la CCIP (S3) et du complément en ligne de la méthode au format papier *Pour parler affaires* (S4). Il faut y ajouter les rubriques sur le français des affaires des portails *Franc-parler* (S1) et *Bonjour de France* (S6), de même que le chapitre "français des affaires" de *Bibliolangues*, une ressource conçue essentiellement pour les enseignants. Les différences entre ces deux types de sites –méthodes didactiques et portails de ressources pédagogiques–, ainsi que leurs carences et avantages respectifs, imposent leur utilisation complémentaire dans le cadre d'un apprentissage autonome ou d'un enseignement soutenu par les TIC.

Au total, nous avons retenu neuf sites consacrés, pour la plupart, à l'apprentissage du français commercial et des affaires⁴. Seul le site S9 envisage en exclusivité le français du tourisme, bien que certains sites comme S3 offrent aussi des activités pour apprendre un certain nombre d'aspects de la langue de ce secteur.

3. Évaluation catégorielle de la sitographie retenue

L'analyse des moyennes obtenues dans chaque catégorie pour l'ensemble des sites (cf. Fig.1) révèle, d'abord, que les contenus linguistiques et le travail des différentes compétences (orale et écrite) ne sont pas abondants, même si, en général, les moyennes indiquent une présence acceptable de ces deux éléments. À cela s'ajoute, dans l'ensemble des sites, l'absence d'activités proposées pour consolider les acquis grammaticaux des usagers, ainsi qu'un manque de prévision concernant la disparité des niveaux susceptibles de caractériser le public visé par ces sites, c'est-à-dire, les apprenants en ligne.

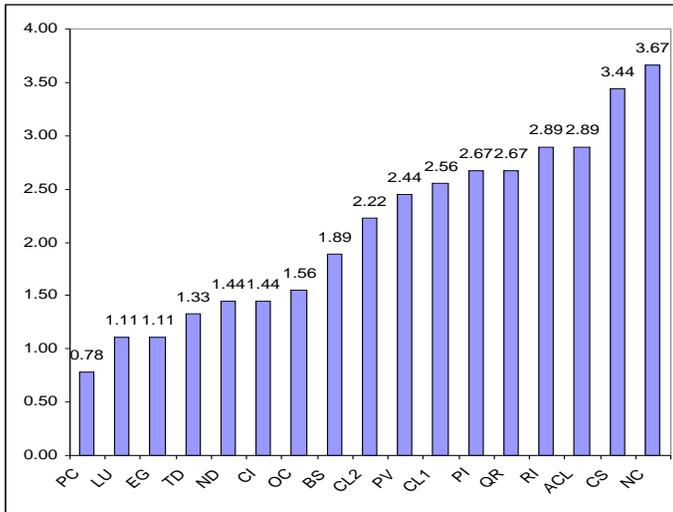


Figure 1. Moyennes par catégories.

Face à ces carences, les moyennes d'ensemble reflètent également l'insertion de nombreux contenus socioprofessionnels et l'abondance d'éléments de soutien pour l'apprentissage des éléments linguistiques (documents authentiques, glossaires, synthèses, etc.). Cependant, cela ne suffit pas à compenser le déséquilibre que nous avons constaté, en général, entre l'apprentissage de savoir-faire professionnels et de savoir-faire communicatifs.

L'analyse des moyennes catégorielles relève aussi certaines déficiences concernant la conception Web des sites. Tel est le cas de leur performance interactive (existence de forums, d'intervention tutoriale, etc.), leur fréquence d'actualisation, le nombre de langues d'interface ou la diversité et pertinence des composantes iconographiques.

D'un point de vue plus général, une prise en compte des moyennes calculées pour l'ensemble des deux grands groupes de catégories —conception du site et contenus de formation⁵— nous permet de mieux saisir les forces et les faiblesses des sites retenus dans notre analyse. Les résultats obtenus mettent en évidence d'autres disparités présentées par la plupart des sites concernant l'intégration des composantes de conception Web (lisibilité, graphisme, options de téléchargement, etc.) et les contenus linguistiques et professionnels.

D'une part, une première catégorie de sites semble accorder plus d'importance aux facteurs de composition. Il s'agit là des méthodes en ligne proposées par les compagnies de radiotélévision publiques (S5, S7), mais aussi des sites de ressources conçus pour l'apprentissage autonome (S1, S4, S3). Par rapport à ces derniers, les méthodes en ligne de RFI et de la BBC présentent un décalage plus marqué, leurs moyennes de contenus restant bien en dessous de 2. D'autre part, une seconde catégorie de sites proposant des ressources pour l'enseignement/apprentissage (S2, S6, S8) privilégient les contenus linguistiques et/ou professionnels de façon plus ou moins significative. Cependant, le décalage entre les deux types d'éléments semble être ici moins fort que dans le groupe précédent.

Finalement, seule la méthode en ligne du français du tourisme (S9) présente un équilibre satisfaisant entre les éléments de conception Web et les contenus linguistiques et professionnels.

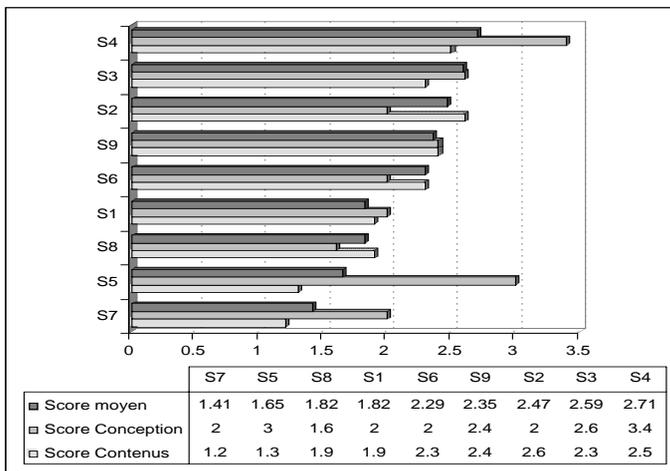


Figure 2. Score moyen par site et par classes catégorielles.

4. La performance mise en diagramme de dispersion: un point de vue plus nuancé

Dans une première approche de notre travail (Rodríguez Pedreira et Valcárcel Riveiro, 2005), nous avons établi un classement des sites retenus en fonction de leur score moyen pour l'ensemble des catégories (cf. Fig. 2). Les disparités enregistrées entre les catégories de conception Web et

celles se rapportant aux contenus de formation nous ont poussés à les intégrer conjointement, afin de fournir une analyse plus nuancée conduisant à optimiser l'utilisation des ressources disponibles en ligne. La mise en diagramme de dispersion des moyennes obtenues pour chaque groupe de catégories –contenus et conception– (cf. Fig. 3) nous permet de vérifier les déséquilibres qui existent dans chaque site au niveau de leur performance.

Cette mise en diagramme a été effectuée en étalant les moyennes de conception Web sur l'axe y et le score en contenus de formation sur l'axe x. Pour chaque groupe de catégories, nous avons considéré comme "insuffisants" les sites présentant des moyennes en dessous de 2 et comme "suffisants" ou acceptables ceux dont la moyenne était égale ou supérieure à ce chiffre. Cela nous a permis de diviser le diagramme de dispersion en quatre zones qui expriment quatre degrés de performance.

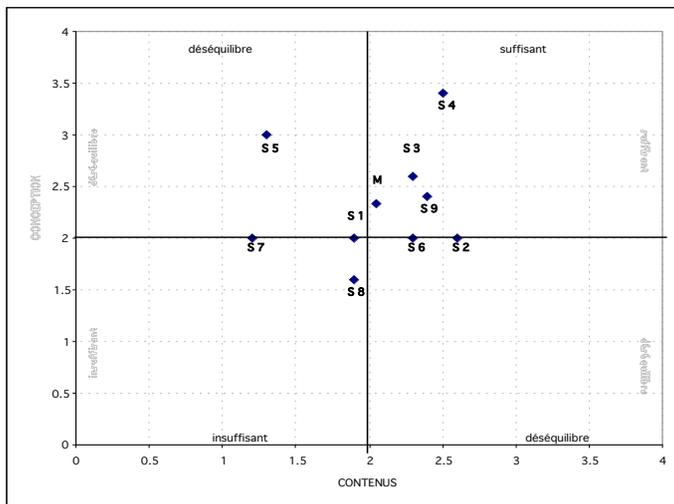


Figure 3. Performance et déséquilibres de la sitographie retenue.

Ainsi, les sites intégrés dans l'aire située en haut à droite obtiennent des moyennes égales ou supérieures à 2 dans les deux grandes catégories. Sur le diagramme, ils se trouvent donc dans une zone de suffisance. Il s'agit de deux sites de ressources (S4 et S3), qui enregistrent aussi les meilleurs scores moyens, et de la méthode du français du tourisme (S9). Les sites S6 et S2 sont également inclus dans cette zone mais ils sont placés sur la ligne se trouvant

dans la limite du déséquilibre favorable aux contenus de formation. De ce point de vue, ces sites, quoique acceptables selon les critères de notre analyse, seraient moins conseillables que S4 et S3.

Du côté opposé, le site placé dans le carré en bas à gauche (S8) présente des carences importantes dans les deux catégories, ce qui le rend le moins conseillable pour l'apprentissage autonome du français des affaires⁶. De leur part, les méthodes en ligne de RFI (S5) et de la BBC (S7) se trouvent dans la zone du déséquilibre favorable aux composantes de conception Web. C'est aussi le cas de S1, le site de ressources *Franc-Parler*, qui se trouve, comme S7, sur la limite minimale de la suffisance des contenus de formation. Enfin, quant à l'ensemble de la sitographie retenue, représentée par M sur la figure 3, ses moyennes la placent dans la zone de suffisance.

5. Comment surmonter le déséquilibre entre contenus et conception?

Même si l'ensemble des ressources disponibles en ligne s'avère acceptable selon les critères retenus dans notre analyse, tous les sites, sauf S9, présentent des décalages plus ou moins appréciables en ce qui concerne l'équilibre entre conception Web et contenus de formation. La question qui se pose alors est celle de savoir comment surmonter ces déséquilibres afin d'optimiser la performance des ressources en ligne pour l'enseignement/apprentissage du français des affaires et du tourisme.

À notre avis, une utilisation complémentaire de celles-ci s'impose. Pour y parvenir, il conviendrait peut-être de combiner les méthodes en ligne avec l'utilisation des ressources proposées dans les portails FOS. Dans ce sens, nous pensons qu'une bonne option pour le français des affaires serait celle de conjuguer l'utilisation de S5 et de S4. La méthode de RFI *Comment vont les affaires* présente une conception Web remarquable qui est accompagnée d'un bon traitement des composantes interculturelles ainsi que d'une progression acceptable des contenus de formation. Le déficit observé pour ces derniers pourrait être compensé par les activités proposées sur le site *Pour parler affaires*, complément en ligne d'une méthode au format papier. D'autres combinaisons sont également possibles, comme S7+S4 ou bien S5+S4+S3 si le but est de passer l'examen de la CCIP.

En ce qui concerne le français du tourisme, le site *Bonjour de Thaïlande* présente un bon équilibre entre contenus de formation et conception Web,

quoique les éléments de formation interculturelle n'aient été conçus que pour le public thaïlandais. À ce propos, l'élaboration d'un portail de ressources ciblant exclusivement le français du tourisme serait souhaitable. L'important étant qu'il puisse être capable de rassembler une riche mosaïque de compétences interculturelles susceptibles d'attirer des internautes étudiants issus de tous les coins du monde.

(Article reçu en octobre 2006)

BIBLIOGRAPHIE

Cuq, J.-P. et I. Gruca (2003). *Cours de didactique du français langue étrangère*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

Guyot-Clément, C., J.-L. Penforis, P. Le Fort, S. Le Page et M. Blanche (2003). *Les 500 sites Internet*. Paris: Belin.

Mangiante, J.-M. et C. Parpette (2004). *Le Français sur Objectif Spécifique: de l'analyse des besoins à l'élaboration d'un cours*.

Paris: Hachette.

Richer, J.-J. (2004). "Pour une didactique spécialisée du Français sur Objectifs Spécifiques". *Point Commun* 22: 10-14.

Rodríguez Pedreira, N. et C. Valcárcel Riveiro (2005). "FOS et Internet: ressources pédagogiques en français des affaires et du tourisme", in Curado, A., M. Rico, E.M. Domínguez, P. Edwards, R. Alejo et J.A. Garrido (eds.),

Languages for Academic and Professional Purposes in the 21st Century University Framework, 431-440. Cáceres: Universidad de Extremadura.

Tauzin, B. (2003). "Outils et pratiques du FOS dans l'enseignement, la formation d'enseignants, les examens et l'édition". Table ronde in "Y-a-t-il un français sans objectifs(s) spécifique(s)?" *Les cahiers de l'as-difflé* 14: 71-83.

Dr Nuria Rodríguez Pedreira est Maître de Conférences à l'Université de Santiago de Compostela. Elle est titulaire d'un doctorat en Philologie française et travaille dans deux axes de recherches: la linguistique synchronique, en particulier dans les domaines sémantique et syntaxique, et le français de spécialité (FOS).

Dr Carlos Valcárcel Riveiro est professeur associé à l'Université de Santiago de Compostela. Il a fait son doctorat en Philologie romane et actuellement ses deux lignes de recherche sont la géolinguistique, en particulier du domaine d'oïl, et le français sur objectifs spécifiques (FOS).

NOTES

¹ C'est nous qui soulignons.

² Pour plus de détails, voir Rodríguez Pedreira et Valcárcel Riveiro (2005).

³ La grille dûment complétée figure en Annexe 3.

⁴ Afin d'éviter les répétitions, nous citerons les sites analysés par des codes (S1, S2, S3, etc.). Ceux-ci, ainsi que les sites auxquels ils se rapportent, sont précisés dans la section "sitographie", à la fin de ce travail.

⁵ Cf. Annexes 2 et 3.

⁶ En ce qui concerne le score moyen, ce site n'occupe pourtant pas le dernier rang, mais les méthodes d'auto-apprentissage en ligne S7 et S5 (vid. Fig. 2). D'autre part, il faut rappeler que S8 a été plutôt conçu pour les enseignants.

Annexe 1. Sitographie

S1 :	FRANC-PARLER	http://www.francparler.org/parcours/fos.htm http://www.francparler.org/parcours/affaires.htm http://www.francparler.org/parcours/tourisme.htm
S2 :	LE FRANÇAIS EN AFFAIRES AU QUEBEC ET EN AMERIQUE DU NORD	http://www.francais-affaires.com/
S3 :	CENTRE DE LANGUE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE PARIS	http://www.fda.ccip.fr/
S4 :	POUR PARLER AFFAIRES (CHANCEREL)	http://www.chancerel.com/pourparler/
S5 :	COMMENT VONT LES AFFAIRES? (RADIO FRANCE INTERNATIONALE)	http://www.rfi.fr/fichiers/langue_francaise/languefr/cva_espagnol/20cursos.asp
S6 :	BONJOUR DE FRANCE	http://www.bonjourdefrance.com/index/indexfranaff.htm
S7 :	MAKE FRENCH YOUR BUSINESS (BBC)	http://www.bbc.co.uk/education/languages/french/business/index.shtml
S8 :	BIBLIOLANGUES (FRANÇAIS DES AFFAIRES)	http://bibliolangues.free.fr/conception/FDA/page1activites.htm
S9 :	FRANÇAIS DU TOURISME (BONJOUR DE THAÏLANDE)	http://www.thaicyperu.go.th/OfficialTCU/main/French_course/mainmenu.asp

Annexe 2. Grille d'analyse utilisée

Catégories*		Nul 0	Insuffisant 1	Moyen 2	Bon 3	Excellent 4
STRUCTURE, PRÉSENTATION ET CONCEPTION	NC	Plus de 25''	Plus de 12''	Plus de 6''	Plus de 4''	Immédiat
	PI	Embrouillée	Vague	Simple	Aérée	Développée
	LU	Monolingue en français	Bilingue (français/LE autre que l'anglais)	Bilingue (français / anglais)	Trilingue	Plurilingue
	RI	Dispropor- tionnée	Inadéquate	Adéquate	Complète	Exhaustive
	TD	Absent	Rare	Suffisant	Considérable	Abondant
CONTENUS	PC	Statique	Exceptionnel	Régulier	Fréquent	Permanent
	CL	Absent	Rare	Suffisant	Considérable	Abondant
	EG	Absent	Rare	Suffisant	Considérable	Abondant
	CL	Absent	Rare	Suffisant	Considérable	Abondant
	ACL	Absent	Rare	Suffisant	Considérable	Abondant
	ND	Inexistant	Vague	2 niveaux	3 niveaux	3 niveaux échelonnés
	BS	Absent	Rare	Suffisant	Considérable	Abondant
	QR	Pauvre/ Absent	Sommaire/ Rare	Convention- nel/Suffisant	Original/ Considérable	Innovateur/ Abondant
	CI	Absent	Rare	Suffisant	Considérable	Abondant
CS	Absent	Rare	Suffisant	Considérable	Abondant	
PUBLIC VISÉ	PV	Non explicité	Amateurs	Étudiants en FP	Etudiants et enseignants de FP	Etudiants et enseignants de FP et profes- sionnels
CONTACTS ET FORUMS	OC	Absents	Restreints et payants	Libres et gratuits	Payants et guidés	Libres et guidés

* NC (Navigation et chargement); PI (Présentation de l'information); LU (Langues utilisées); RI (Recherche de l'information); TD (Téléchargement des documents); PC (processus de création); CL (Contenus linguistiques); EG (exercices de grammaire); CL (compétences linguistiques); ACL (Autres contenus linguistiques); ND (niveau de difficulté); BS (Bibliographie et sitographie); QR (Qualités remarquables); CI (Contenus iconographiques); CS (Contenus socioculturels); PV (Public visé); OC (Options de communication).

Annexe 3. Score des sites pour chaque catégorie d'analyse

CATEGORIES		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	M
STRUCTURE, PRESENTATION ET CONCEPTION	NC	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3,67
	PI	2	2	3	4	2	3	2	2	4	2,67
	LU	0	2	0	2	3	0	2	0	1	1,11
	RI	3	2	3	4	3	3	2	2	4	2,89
	TD	1	0	3	3	3	0	0	0	2	1,33
CONTENUS	PC	3	2	2	0	0	0	0	0	0	0,78
	CL	1	2	3	4	3	3	3	3	1	2,56
	EG	0	3	0	4	0	3	0	0	0	1,11
	CL	0	2	4	3	1	3	2	2	3	2,22
	ACL	3	3	3	4	2	2	2	3	4	2,89
	ND	0	2	2	1	1	4	1	1	1	1,44
	BS	4	4	2	2	0	0	0	2	3	1,89
	QR	3	3	2	4	2	2	1	3	4	2,67
	CI	1	1	1	1	0	3	0	2	4	1,44
	CS	4	4	4	2	4	3	3	3	4	3,44
PUBLIC VISÉ	PV	0	4	4	4	0	4	2	2	2	2,44
CONTACTS ET FORUMS	OC	2	2	4	0	0	2	0	2	2	1,56
MOYENNE PAR SITES		1,82	2,47	2,59	2,71	1,65	2,29	1,41	1,82	2,35	