

Editorial

Vincent Kaufmann
Directeur AJM



48 heures avant la crise

Le Master en journalisme et en gestion des médias offert par l'Académie du Journalism et des Médias de l'Université de Neuchâtel (AJM-Faculté des Sciences économiques) a démarré le 15 septembre dernier, soit 48 heures avant le 17 septembre. Ce jour-là, à New-York, ce ne sont plus des tours mais ce qu'elles contenaient qui est parti en fumée. Une fois de plus rien ne serait plus comme avant. Bye Bye Lehmann Brothers et Meryl Lynch...

La scène ressemble un peu à ces *happy ends* de films catastrophes où on réussit à larguer les amarres du bateau juste avant l'arrivée du monstre, du tsunami ou de la boule de feu. Nous

sommes partis juste à temps, la crise est arrivée juste trop tard pour gripper la machine, s'insinuer et faire passer tout doucement les feux du vert à l'orange, puis au rouge. Imaginons que tout ait été remis d'une année ou deux: ce serait pour le moins une course contre la montre et les mauvaises nouvelles que de construire l'AJM maintenant.

Rétrospectivement il faut donc se féliciter que les opportunités aient été saisies, que tous les acteurs concernés - l'Université, et plus particulièrement la Faculté des Sciences économiques, l'ensemble de la profession, les enseignants, etc. - aient joué le jeu et permis la rapide mise à flot du bateau AJM, fût-ce au prix d'une certaine précipitation et de quelques plâtres à essuyer pour la première volée d'étudiants. A tous ceux qui ont permis que l'AJM se concrétise, et aussi vite, je tiens à exprimer une fois de plus ma reconnaissance.

Un Master pour gros temps

Mis en place à une époque de légères brises, le bateau AJM vogue désormais par gros temps. Tiendra-t-il le coup? En tout cas il a été conçu pour cela: pour relever les défis, notamment économiques et technologiques, auxquels les journalistes sont confrontés aujourd'hui. Il a été fait pour

accompagner ou même anticiper les mutations par lesquelles passent les médias d'information. Son ambition est de préparer les journalistes de demain au journalisme d'après-demain.

Il ne faut donc pas trop regretter son côté pas fini. C'est aussi sa chance, c'est ce qui lui permettra de suivre les mutations à venir. C'est le prix à payer pour être réactif, innovatif. Dans cette perspective, j'en appelle aussi à tous les *stakeholders* (comme on disait autrefois) de l'AJM: c'est avec vous tous, avec vos suggestions, votre expérience, votre regard et vos critiques que nous souhaitons avancer et que nous continuerons de pouvoir le faire.

Cette chance, il semble en tout cas que les étudiants entendent bien la saisir. Ils étaient d'emblée soixante à poser leur candidature l'année passée. Ceux qui ont été retenus suivent un programme très exigeant, avec énormément de motivation et pas mal de plaisir. En ce qui concerne les admissions de cette année (elles auront lieu en juin), nous espérons que la tendance ne faiblira pas. A tous ceux qu'il nous sera possible d'admettre, je souhaite d'ores et déjà une cordiale bienvenue. Personne ne sait exactement de quoi l'avenir du journalisme sera fait, mais c'est un plaisir de le construire avec vous.

Le billet du décanat

Kilian Stoffel
doyen

Jean-Marie Grether
vice-doyen

Les choses ont beau bouger dans le paysage universitaire, il est très rare qu'un nouvel institut soit créé de toutes pièces pour répondre aux besoins spécifiques d'un secteur professionnel. C'est donc sur un terrain quasiment vierge que l'université de Neuchâtel a décidé de s'aventurer il y a moins de trois ans, en lançant le projet d'Académie du Journalism et des Médias (AJM). Le but était de mettre sur pied un programme de Master taillé sur mesure pour permettre aux entreprises de médias de gérer au mieux la profonde mutation dans laquelle elles sont engagées suite à l'essor des nouvelles technologies de l'information.

Le pari était risqué et le chemin semé d'embûches. Mais grâce à l'appui constant des rectorats qui se sont succédés, à la ténacité du principal concepteur, Vincent Kaufmann, et à l'étroite collaboration avec le centre romand de formation des journalistes, le projet est devenu réalité. L'AJM est désormais un institut à part entière de la faculté des sciences économiques. Les étudiants de la première volée, au nombre d'une vingtaine, ont déjà bouclé leur premier semestre et entameront bientôt leur période de stage auprès des entreprises de médias suisses. Leur cursus est organisé autour de cours blocs, ce

qui permet d'accueillir des intervenants de renommée internationale. Il met l'accent sur les applications, et les étudiants avaient déjà créé, à la fin du semestre d'automne, leur premier journal, qui est disponible sur le site web du master.

Mais les activités de l'AJM ne se limitent pas à l'enseignement au niveau master. En plus de la tenue régulière de forums du journalisme, ou de la mise à contribution des compétences de l'AJM pour des événements exceptionnels comme le 100^e anniversaire de l'université de Neuchâtel (avec un grand débat sur l'économie du savoir animé par Géraldine Mühlmann), de nombreux projets sont en cours d'élaboration, tant sur le plan de la formation continue que de la recherche appliquée aux médias. L'équipe de l'AJM a été complétée l'année dernière par la venue de Mme Cinzia Dal Zotto, spécialiste en gestion des médias, et sera encore renforcée à l'automne 2009 par

l'arrivée d'un second professeur extraordinaire dans le domaine des nouvelles technologies. Ces engagements devraient permettre, à terme, à l'AJM de concrétiser son objectif stratégique, à savoir s'imposer comme le think tank régional de référence dans le domaine de la gestion des médias. Là aussi, il s'agit d'un pari, et il y a encore beaucoup de pain sur la planche! Mais l'esprit d'entreprise et de collaboration qui a animé ce projet dès sa conception demeure très vivace, et les premiers fruits récoltés sont de bonne augure.

Face à cette stimulante vision d'avenir et à ce constat globalement positif, le décanat de la faculté s'engage à poursuivre ses efforts pour favoriser le développement de l'AJM. Il tient aussi à remercier chaleureusement toutes les parties prenantes, de l'administration centrale aux représentants de la profession, des membres de l'AJM aux étudiants, sans la contribution desquelles ce beau projet n'aurait pu devenir réalité.



Chaires: un profil clair pour l'AJM

L'Académie du Journalisme et des Médias est un institut régulier de la Faculté des Sciences Économiques de l'Université de Neuchâtel, doté dans un premier temps de deux chaires de professeur. La première chaire est occupée depuis septembre 2008 par Cinzia Dal Zotto, professeure en management des entreprises de médias. Après des études à Milan (Università Cattolica del Sacro Cuore), **Cinzia Dal Zotto** a enchaîné avec un doctorat en Allemagne (Université de Regensburg) et un poste de professeure-assistante dans le très réputé Media Management and Transformation Centre de Jönköping (Suède). Spécialisée dans des domaines tels que la gestion des ressources humaines, le changement et l'innovation, Cinzia Dal Zotto apporte une contribution essentielle non seulement au Master en journalisme et en gestion des médias, mais également à la formation continue pour journalistes et cadres de presse que l'AJM est en train de mettre en place.



Avec la seconde chaire actuellement au concours, nous espérons couvrir le domaine des nouvelles technologies et de leurs implications à la fois économiques, sociologiques, culturelles et politiques pour le journalisme. Au niveau de la recherche, dont la responsabilité revient essentiellement aux titulaires des deux chaires, le profil de l'AJM sera ainsi clairement orienté vers l'avenir du journalisme et ses paramètres économiques. La combinaison d'un tel centre de compétence avec une formation en journalisme assurée pour une large part par des praticiens donne à l'AJM un profil unique - et surtout très innovant - par rapport à l'offre des universités suisses et même européennes en matière de journalisme.

Une précision encore: dans les commissions de nomination concernées par les deux postes de professeur qu'on vient de mentionner, la profession est ou a été représentée chaque fois par deux membres désignés par la Fondation du CRFJ.

Coopérations avec la profession: débuts encourageants

L'AJM s'est construite sous le signe d'une coopération avec la profession qui tient toutes ses promesses. Nous remercions encore une fois de tout coeur l'ensemble des entreprises de Suisse romande qui nous ont proposé en tout pas moins de 75 places de stage (2 mois) pour la première volée d'étudiants, ainsi que les professionnels désignés par la Fondation du CRFJ comme ses représentants dans les commissions paritaires de l'AJM et dans son Conseil d'Institut. Le temps qu'ils consacrent à l'AJM, leurs suggestions et leur regard sont précieux pour notre jeune entreprise.

La coopération passe aussi par l'enseignement, notamment celui offert avec les ateliers rédactionnels qui constituent le nerf de la guerre du Master. De nombreux professionnels s'y sont investis au cours de cette première année (Caroline Brun, Jacques Pilet, Werner De Schepper, Pierre Hazan, Peter Rothenbühler). En ce qui concerne les ateliers rédactionnels consacrés au journalisme radiophonique et télévisuel, la coopération va plus loin encore, puisque la RSR (sous la responsabilité de Laurent Voisin et de Georges Pop) et la TSR (sous la responsabilité d'Hubert Gay-Coutet et d'Eliane Ballif) proposent aux étudiants de l'AJM des ateliers «clés en main» (durée: 6 semaines) correspondant à des normes véritablement professionnelles. Là encore il s'agit, comme on dit, d'un unique selling point dans le paysage universitaire suisse, et nous remercions tous ceux qui ont contribué à le rendre possible.

Bref, l'AJM tient du hall de gare et elle en est fière. Au cours de la première année, elle aura d'une part accueilli une dizaine d'enseignants venus de la profession, autant de professionnels dans des commissions, et envoyé d'autre part les étudiants s'initier à la radio ou à la télévision là où celles-ci se trouvent, ou comprendre le management à coups de visites dans les salles de rédaction et les entreprises elles-mêmes, en attendant qu'ils y retournent à partir de cet été comme stagiaires.

Ouverture des cours aux auditeurs

Parallèlement à la mise en place d'une formation continue spécialisée (voir ci-dessous), l'AJM a d'ores et déjà ouvert un certain nombre de cours à des participants venus de la profession. Des informations précises ont été diffusées à ce sujet en février, nous renvoyons donc les personnes intéressées au link suivant: <http://www2.unine.ch/ajm/page18112.html>. Tous les cours ouverts par l'AJM ont lieu selon des horaires regroupés qui, nous l'espérons, les rendent attractifs pour la profession. Vous y êtes en tout cas tous les bienvenus et nous nous réjouissons de vous y accueillir. Vous recevrez dorénavant avant chaque semestre des informations sur les cours que l'AJM ouvre à des auditeurs.

Premiers étudiants et premier semestre à l'AJM

Atelier rédactionnel de Werner De Schepper

L'atelier est axé autour de l'analyse des stratégies visuelles et rédactionnelles de mise en forme de l'information. Chaque vendredi, avec panache et humour, Werner De Schepper nous met en conditions réelles d'une séance de rédaction. A cette occasion, chaque étudiant propose et défend les sujets qu'il souhaite voir traiter dans un journal dominical fictif afin d'aboutir ensemble à un « menu du jour » cohérent. De plus, à travers la comparaison de différents journaux suisses et internationaux (nouvelle formule du Matin, De Morgen, Le Parisien, etc.), le professeur nous incite à réfléchir aux stratégies d'édition (mise en forme visuelle, « rubricage », format, etc.) de la presse écrite. Des travaux personnels et en groupe sur ces thématiques sont réalisés dans cette optique réflexive. Point final de l'atelier rédactionnel, la réalisation d'un journal, « Le Projet », entièrement conçu par les étudiants du master et tiré à plusieurs centaines d'exemplaires. Merci Werner !

Maud Tornare et Jérôme Galichet

Economic Policy, Jean-Marie Grether

Etre journaliste ne demande pas seulement un effort social et citoyen, une ouverture sur le monde, un regard critique et une curiosité civique : il s'agit, plus que jamais, de comprendre les enjeux économiques capitaux (sans jeu de mots) qui gouvernent notre planète.

Sur fond de crise financière galopante, nos sociétés ont vu les entreprises les plus solidement enracinées soudainement s'effondrer. Comment est-ce possible ? Que s'est-il passé au-delà des clivages politiques, voire idéologiques, autour du système capitaliste qui régit l'économie ?

Les outils nécessaires à une analyse de fond sont fournis grâce au cours de politique économique de Jean-Marie Grether, professeur à la Faculté des Sciences Economiques de l'Université de Neuchâtel, qui brosse un panorama soigné de la microéconomie et de la macroéconomie, le tout en décortiquant les mécanismes, les méthodes d'analyse et les moyens d'intervention des Etats.

L'économie est un sujet complexe qui demande beaucoup d'efforts pour être maîtrisé. Le cours a souvent été très difficile pour nous. Le moins que l'on puisse dire, c'est que c'était un challenge à la hauteur de la ténacité dont tout journaliste doit faire preuve.

Gilles Rossel

Cours de déontologie, Benoît Grevisse

Le cours de déontologie donné par le professeur et journaliste belge Benoît Grevisse est passionnant. Grevisse fait partie des rares enseignants à savoir utiliser le Powerpoint sans perdre l'attention des étudiants. Sa méthode: l'apprentissage par l'étude de cas concrets, et la réflexion autour de jugements rendus par le Conseil suisse de la presse. Nous avons eu à réfléchir sur les enjeux de la déontologie, sur ce qu'un journaliste peut ou ne doit pas écrire. Nous avons appris à pondérer l'intérêt du public avec les intérêts privés des acteurs d'une affaire. Apporter au public les informations qui sont dans son intérêt reste l'objectif premier du journaliste, mais d'un autre côté, le droit du public de savoir ne peut pas toujours triompher dans nos consciences si en contrepartie un individu innocent voit sa vie détruite. On constate que les limites sont floues, qu'elles changent au gré des cas, que le journalisme n'est pas une science exacte. L'autorégulation, individuelle ou collective, prend de l'importance dans ces conditions. Les chartes et autres codes varient selon les pays, mais les bases de la déontologie restent similaires. Grevisse nous a appris à raisonner face à des dilemmes éthiques. C'est essentiel, car le journalisme est en permanence confronté à ces défis.

Tatiana Tissot et Etienne Richard

Cours de perspectives philosophiques et politiques, Géraldine Muhlmann

Aujourd'hui la liberté d'expression constitue un droit fondamental que nul n'ose remettre en doute dans nos pays démocratiques. La liberté de la presse en découle directement : elle est légitime car exercée au nom du peuple. Ce cours retrace dans un premier temps la naissance de la grande presse qui coïncide avec le début de la Révolution française. D'où des critiques virulentes du pouvoir envers cette presse, outil de revendications. Puis des reproches au journalisme plus contemporaines ont été mises en évidence. Ainsi, certains auteurs accusent cette profession d'uniformiser les opinions des citoyens alors que d'autres pensent que le public pousse le journaliste à la spectacularisation de l'actualité. Dans un second temps, nous avons examiné le débat qui se déroule depuis trois siècles autour de la notion de public en passant par Gustave LeBon qui réduit le public à une foule mue par des instincts primitifs, jusqu'à l'optimisme de Kant qui est persuadé que les Lumières viendront du public si on en lui laisse la liberté. Ce cours permet de prendre conscience que la liberté de la presse a été chèrement acquise et nous pousse à réfléchir sur ce que devrait être le journalisme : un métier investi d'une mission d'information du public, un difficile équilibre entre le rapport de faits objectifs et la narration d'une histoire attirante pour le lecteur.

Sonia Délèze et Nicolas Maradan

Connaissance du monde numérique, Francis Pisani

Tumblr, Twitter, Singularity, CrowdSourcing... Venant d'un ancien du Monde, ces anglicismes peuvent surprendre. Francis Pisani, correspondant de la Silicon Valley depuis plus de dix ans, a transmis à la classe AJM 1.0 sa passion pour les idées d'aujourd'hui qui façonnent déjà le web de demain.

Son approche pluridisciplinaire et transatlantique nous a fait rebondir de l'analyse de sites d'information innovants à la découverte de nouvelles techniques de publication, sans oublier les enjeux économiques qu'elles impliquent.

Les interventions du journaliste ont été ponctuées de présentation de textes par les étudiants. En marge du cours, la mise en ligne de billets sur des « micro-blogs » nous a permis de nous familiariser avec la gestion d'une plate-forme et l'écriture pour le web.

Une belle leçon de curiosité.

Stéphane Matteo et Simon Pittet

Cours de « communication strategies », Miriam Meckel

Ce cours, donné en anglais, nous a permis de découvrir les différents aspects de la communication d'entreprise et d'en comprendre les enjeux, en tenant compte de l'interaction entre les acteurs concernés (employés, clients, investisseurs,...). Il s'agissait d'aborder les principales dimensions du métier de communicant, notamment dans son rapport avec la pratique du journalisme: communication de crise, lobbying, relations avec les medias, gestion de l'image et de l'identité d'entreprise, utilisation des nouvelles technologies (blogs, réseaux sociaux,...). Après la présentation théorique de ces domaines par le professeur, nous avons travaillé en groupes sur des cas précis de communication de crise (dossier écrit et exposé devant la classe). La compréhension des stratégies de communication « corporate » nous a paru particulièrement utile dans le contexte d'un monde des médias où journalistes et communicants sont de plus en plus amenés à se rencontrer.

Séverine Ambrus et Dino Auciello



Perspectives historiques I, Edwy Plenel

En analysant les différentes étapes et enjeux de la construction du métier de journaliste à travers l'histoire, ce cours a tracé les contours des défis liés à l'information. Démocratie, liberté, vérité, audience, marchandise: autant de mots qui suggèrent la responsabilité et le besoin d'identité du journaliste. L'exposé de l'enseignant a voulu démontrer que désormais, un nouveau rapport à l'espace et au temps s'impose. L'information serait au cœur d'une nouvelle révolution industrielle qui permet d'esquisser de nouveaux modèles économiques sans nier les leçons tirées du passé.

L'histoire enrichit le présent. Elle offre des pistes de réflexion sur les nouvelles interrogations auxquelles sont confrontés les médias actuels. Le contenu de ce cours très documenté, a également permis de mettre en évidence les interactions entre le monde médiatique et les réalités tant économiques, politiques qu'académiques.

Yannick Barillon et Catherine Cattin

Financement et budget des entreprises de médias, Jean Clément Texier

Edipresse, Ringier et Tamedia n'ont plus de secrets pour nous grâce à l'enseignement de Jean-Clément Texier, ancien journaliste économique devenu un influent banquier d'affaire dans le monde médiatique français et Suisse. A travers son expérience, M. Texier nous a permis d'acquérir de vastes connaissances sur les grands groupes de presse et les principaux acteurs des médias. Le cours était axé sur des « chantiers » dont chaque étudiant était en charge et qui se punctuaient par une présentation. Ces grands travaux abordaient des sujets tels que le suivi de différents paysages médiatiques, notamment américains, allemands, anglais, espagnols ou italiens avec un accent sur la Suisse et la France. D'autres thèmes, plus précis, concernaient par exemple une présentation de l'AGEFI, de nouveaux titres ainsi que Mecom, Schibsted ou encore la folle carrière de Rupert Murdoch. Ancrés dans l'actualité de ces divers suivis, les cours étaient aussi rythmés par les analyses de M. Texier sur des

Continuing Education/Professional Training

The AJM is about to develop a management training program for professionals. In order to make it as close as possible to the needs of media managers Vincent Kaufmann, Director of the AJM, and Cinzia Dal Zotto, Professor at the AJM, visited several media companies – among which Television Suisse Romande, Radio Suisse Romande, Ringier, and Edipresse – trying to understand which are their greatest concerns and demands. The results of the inquiries pointed out a general need for media managers to understand how to implement new strategies and how to manage changes, both in terms of impact on organizational structure and human resource development as well as in terms of dealing with and generating innovations. Some of the interviewees argued that marketing and branding are also important issues which should enlarge media managers' background. The stimulation of journalistic curiosity is further perceived as a possible measure to enhance investigative journalism.

When discussing about the various forms that continuing education could assume, the industry representatives pointed out that time is a major constrain for them. Courses will therefore have to take place in a block form and possibly concentrated in two days at the end of the week (Friday and Saturday). Media managers could imagine being able to attend three or four such courses a year. This specific time constrain means that, according to the University rules on continuing education degrees, dedicated certificates would be the most appropriate degrees proposed by the AJM and that it would be relatively difficult or slow to get a master degree. Of course, the accumulation of such certificates over a few years is possible and can lead to the issue of a diploma or a master degree by the University of Neuchâtel when reaching the requested amount of credits. Most of the interviewees seemed to care more about the content of the courses and the possibility to attend them, while some others were also interested in the possibility of accompanying the attendance with a certified diploma at the end.

Thanks to these fruitful talks with major representatives of the media industry in the Suisse Romande, the AJM will be able to propose block courses in the following subject areas: strategy, innovation and change management, organizational development, management of creativity and entrepreneurial thinking, human resource management and leadership, marketing and branding. The courses will follow one another so that, if cumulated, they will form a complete degree in media management. The structure of the course will include a theoretical part during the first day and a practical part during the second day in which the participants will work in groups and apply the theoretical concepts to the solution of specific media problems. Teachers for the theoretical part will include AJM professors as well as other national and international experts in the field. Courses will most probably start in the fall. A detailed description of this training program will be sent directly to the industry partners of the AJM by the end of July. For any further information you might wish please contact: cinzia.dalzotto@unine.ch



sujets allant de la presse gratuite aux états-généraux de la presse en passant par la problématique de la distribution. Pour des futurs journalistes, il est sans doute essentiel de connaître les acteurs économiques, la manière dont ils fonctionnent et leur évolution dans un contexte actuel difficile. Outre ces éléments, le cours de M. Texier s'est distingué par une documentation foisonnante, signe de sa très grande motivation à nous communiquer son savoir.

Loïc Delacour et Valentin Tombez

Technologie, initiation pratique, Cyril Vernier / Stéphane Koch

Séparé en deux enseignements, ce cours a permis aux étudiants de se familiariser avec les nouvelles technologies du web. De la recherche d'information jusqu'à sa diffusion, les étudiants ont eu un aperçu tant théorique que pratique de ces éléments devenus essentiels dans l'évolution du métier de journaliste.

La première partie de ce cours, enseigné par Stéphane Koch, aura permis aux futurs journalistes d'acquérir des connaissances leur permettant de détecter et de maîtriser les multiples outils et sources d'information que génère le Web 2.0. Ne se limitant pas à de simples recherches « google », l'enseignement a ouvert de nouvelles portes facilitant l'accès à l'information: utilisation d'opérateurs de recherches avancés, maîtrise d'outils de gestion et d'agrégation de flux

RSS, ou encore connaissance de noms de domaines et identification de ses détenteurs. Des éléments novateurs pour bon nombre d'étudiants et qui offrent un accès plus large à l'information tout en générant des gains de temps importants.

La seconde partie de l'enseignement s'est intéressée de plus près à la diffusion des contenus. Sous la férule de Cyril Vernier, les apprentis journalistes ont étudié les différents systèmes de diffusion, principalement ceux du journalisme online. Rapidement devenu pratique, l'exercice a donné la possibilité aux étudiants de créer et tester par eux-mêmes les blogs et sites internet. Ces différentes recherches mèneront à la création d'un site web pour le Master en Journalisme.

Dichamp Edwina et Lambert Julien

Ateliers rédactionnels de Jacques Pilet

Ecrire. Utiliser les mots justes, qui frappent et qui réveillent le cortex. Susciter la discussion et la prise de conscience. Ausculter l'actualité sans complaisance, avec un œil acéré et l'esprit critique. Telles se veulent les raisons d'être d'un journaliste en phase avec son temps et ses concitoyens.

Ces valeurs, Jacques Pilet les communique avec passion au fil des années dans ses articles mais aussi dans sa gestion des produits médiatiques. A l'heure où les canaux de diffusion se diversifient et les méthodes de travail se renouvellent, l'expé-

rience du fondateur de l'Hebdo et du Nouveau Quotidien sensibilise les étudiants aux techniques d'écriture variées et aux méthodes d'investigation éprouvées.

Les ateliers rédactionnels ne sauraient toutefois se limiter à ces seules exigences. La prise en compte du contexte structurel, économique, politique et social des médias, ainsi que ses rôles, ses moyens et ses limites se doivent d'être intégrés par les aspirants journalistes; ce dans l'optique d'un exercice avisé, curieux et responsable de leur métier.

Gilles Rossel

Atelier rédactionnel de Caroline Brun

Etablir le sommaire d'un quotidien, hiérarchiser l'information rubrique par rubrique, agencer une Une qui soit « vendeuse » (streamer, footer, ventre, rivières, etc.), décliner un même sujet en brèves et articles plus longs, voilà les principales tâches qui nous furent demandées durant l'atelier de Mme Brun. L'enjeu était de nous mettre dans la situation d'une salle de rédaction. On s'est donc attelé à la composition du « menu du jour » en fonction de l'actualité.

Du point de vue méthodologique, l'enseignante a choisi de nous faire présenter individuellement nos travaux afin que nous apprenions des points forts et faibles de chacun.

Aurélié Toninato et Sarah May