

**Trappe, Tonya & Graham Tullis. 2006. *Intelligent Business Upper Intermediate Student's Book*. Longman.**

**Jonson, Christine & Irene Barral. 2006. *Intelligent Business Upper Intermediate Skills Book*. Longman.**

Voilà un manuel qui porte bien son nom. Edité en collaboration avec le magazine économique britannique *The Economist*, première originalité de cette publication, l'ouvrage plaît dès le premier abord par sa présentation claire et attractive qui reprend celle de la revue. Les concepts clés du monde des affaires sont abordés à travers des documents authentiques et actuels, sur support papier et audio, autour de 15 unités couvrant un large éventail de sujets : *Alliances – Projects – Teamworking – Information – Technology – Advertising – Law – Brands – Investment – Energy – Going Public – Competition – Banking – Training – Consulting*. A partir de ces documents, les étudiants se voient proposer une série de tâches, individuelles ou en binômes, de compréhension et de production à l'écrit et à l'oral, qui leur permettent, d'une part, de réactiver leurs acquis et, d'autre part, de focaliser leur attention sur des faits de langue saillants dans le contexte étudié. Par exemple, dans l'unité 1, un travail est proposé sur les métaphores comme « *on the prowl* » (*looking for victims*) qui ont cours dans le monde des affaires.

Toutes les trois unités, un travail d'auto-évaluation est proposé sur deux pages, ce qui, par rapport aux ouvrages de ce type, est relativement bref et permet de supposer que les étudiants seront plus à même d'y consacrer le temps nécessaire. Chaque unité se termine sur une page intitulée « *Dilemma* » et propose un mini-scénario, tâche complexe à réaliser en groupe, ce qui constitue la seconde originalité de cet ouvrage.

A cela s'ajoutent en fin d'ouvrage :

- des fiches pour le travail en groupe et/ou en binômes,
- un glossaire par unité,
- un test de vocabulaire,
- un précis grammatical,
- le script des enregistrements, et surtout, troisième « avantage compétitif » de cet ouvrage, un petit livret intitulé « *Style guide* », vade-mecum méthodologique pour la réalisation de travaux écrits tels que lettres commerciales, courriers électroniques, fax, mémorandums, rapports et communiqués de presse.

La méthode est accompagnée d'un *workbook* et de son CD audio qui propose des exercices autocorrectifs en complément et d'un livre du maître, le tout plutôt classique. Ce qui distingue la méthode des autres productions dans ce domaine c'est le *Skills Book* qui l'accompagne si on le souhaite. Il s'agit d'un supplément dans lequel on trouve des activités et des mises en situation pour travailler les différents savoir-faire qu'il importe de maîtriser dans un environnement professionnel : *Giving presentations, Manage a crisis, Make a difficult call, Chair a meeting*. A ce livre s'ajoutent un CD-Rom interactif et une vidéo qui met en scène et illustre les concepts clés, autour d'un scénario décliné en plusieurs épisodes sur le thème du développement d'un nouveau produit : une boisson sans alcool. Pour finir, l'adoption de la méthode donne accès à un site Internet <[www.intelligentbusiness.org](http://www.intelligentbusiness.org)>, pour des ressources complémentaires, du matériel pédagogique et des échanges d'idées. On le comprend, *Intelligent Business* possède de nombreux atouts pour séduire enseignants et étudiants des formations en anglais des affaires, non seulement en raison de la pertinence de ses contenus et des activités proposées, mais aussi parce que peu de ses concurrents arrivent à offrir une telle variété de supports.