

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université de Ghardaïa
Faculté des lettres et des langues
Département de langue française



Mémoire de master
Pour l'obtention du diplôme de
Master de français
Spécialité : Didactique

Présenté par : RECIOUI Nour el houdda
Titre

**La conception et la réalisation d'un programme de français de
tourisme au profit des entreprises touristiques de la ville de
GHARDAIA**

Sous la direction de: ROUBACHE Izzeddine

Soutenu devant le jury :

Mme. BORHANE Madjda	MCB	Université de Ghardaïa	Président
M. ROUBACHE Izzeddine	MCA	Université de Ghardaïa	Rapporteur
M. TOUATI Mahmoud	MAA	Université de Ghardaïa	Examineur

Année universitaire : 2022/2023

DÉDICACE

Je dédie ce mémoire

- *à mes parents **AISSA** et **DJEMMA** qui ont été ma source d'inspiration et de soutien constant tout au long de mon parcours académique. Leur amour inconditionnel et leur encouragement inébranlable ont été les moteurs de ma réussite. Ce mémoire est le fruit de leur dévouement et de leurs sacrifices.*
- *à mes professeurs qui m'ont guidé avec passion et expertise. Leur enseignement m'a ouvert les portes du savoir et m'a permis d'approfondir ma réflexion.*
- *à mes chères: **Noura, Fouzia, Fatna, Abdelkader, Mouhamed, Khadidja, Israa . Ayoub. Sirine, Aicha, Amira** et aussi **Ali et Lotfi***
 - *à mon grand frère et père **BOUHAFS***
 - *à mes amis, qui ont été là pour moi, m'encourageant, me motivant et me soutenant à chaque étape de ce processus. Leurs encouragements et leurs conseils précieux ont été d'une grande aide.*
 - *à tous ceux qui croient en moi et en mes capacités. Votre confiance en moi m'a donné la force de relever les défis et de persévérer dans la réalisation de ce travail*
 - *Au professeur **Mustapha BOURKHIS***

Que cette dédicace soit l'expression de ma gratitude envers tous ceux qui ont contribué à ma réussite et à mon épanouissement personnel et académique.

REMERCIEMENTS

Je voudrais remercier ALLAH de m'avoir aidé dans mon travail et d'avoir été le principal soutien tout au long de ma vie

Je tiens à exprimer mes sincères remerciements à toutes les personnes qui m'ont soutenue tout au long de la rédaction de ce mémoire.

Tout d'abord, je suis reconnaissante envers mon directeur de mémoire Dr. ROUBACHE IZZEDDINE pour son expertise, ses conseils précieux et sa disponibilité tout au long du processus. Ses encouragements et sa confiance ont été d'une grande aide pour mener à bien ce travail.

Encore, je souhaite exprimer ma gratitude envers les universités de GHARDAIA, ALGER et OUARGLA pour avoir mis à ma disposition les ressources nécessaires à la réalisation de ce travail de recherche.

Je tiens à remercier également tous les participants à mon enquête, qui ont généreusement consacré leur temps et leurs connaissances pour contribuer à mes recherches. Leur engagement a été essentiel pour la réalisation de ce mémoire.

Merci encore à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce mémoire. Votre soutien et votre collaboration ont été inestimables et ont grandement contribué à mon apprentissage et à mon développement en tant que chercheur.

Table des matières

Introduction Générale	09
CHAPITRE 01 :La genèse du FOS.....	12
1) Introduction.....	13
2) Le français militaire	14
3) Le français sur objectif spécifique « FOS »	14
3.1) Définition du FOS.....	14
3.2) La naissance du FOS.....	16
3.2.1) Le français scientifique et technique.....	17
3.2.2) Le français instrumental.....	18
3.2.3) Le français fonctionnel (F.F)	18
3.2.4) Le français sur objectif spécifique (F.O.S.S puis FOS)	19
3.2.5) Le français sur objectif ou le français langue professionnelle.....	20
4) Caractéristique et démarche du FOS.....	21
5) Les caractéristiques des publics du FOS.....	21
6) Le Français sur objectif spécifique et le français langue étrangère....	22
CHAPITRE 02 : Le FOS du tourisme.....	24
1) Les apprentissages touristiques.....	25
1.1) Une participation guidée.....	29
1.2) L'exploration guidée.....	30
2) Méthodologie du FOS.....	31
3) Élaboration d'un programme.....	32
3.1) Les difficultés.....	32
3.1.a) L'entrée dans un domaine inconnu.....	32
3.1.b) La difficulté à adopter le matériel disponible sur le marché.....	33
3.2.1) La démarche à suivre.....	34

3.2.1.a) La demande de formation.....	34
3.2.1.b) L'analyse de besoin.....	35
3.2.1.c) La collecte des données.....	35
3.2.1.d) L'analyse des données.....	37
3.2.1.e) L'élaboration d'activités.....	38
4) Les caractéristiques des publics du FOS.....	39
5) Analyse du corpus.....	40
6) Analyse des résultats.....	42
CHAPITRE 03 : Analyse du questionnaire.....	43
1) Présentation du questionnaire.....	44
2) Objectifs du questionnaire.....	44
3) Analyse des résultats recueillis.....	46
4) Synthèse.....	66
Conclusion Générale.....	77
Références bibliographique	
Annexe	
Résumé	

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Introduction générale

Ce que notre génération et notre époque traversent au XXI^{ème} siècle a un impact sur l'association de la mondialisation et du développement civilisationnel de l'époque, de sorte que l'apprentissage d'une langue étrangère devienne une nécessité qui ouvre d'importants horizons futurs. À chaque instant et à chaque fois en transformant ce à quoi nous assistons en suivant le rythme du progrès.

D'autre part, étant donné que l'importance de la vie professionnelle coïncide avec l'adaptation à de nouvelles habitudes scientifiques et socioculturelles, le rush sur l'enseignement des langues étrangères à des fins expressément professionnelles a fait ses preuves. Ceci dit, les professionnels apprennent leur(s) langue(s) associée(s) à la réalité d'une profession afin d'atteindre la réussite professionnelle, en termes de savoir-faire, de savoir-être et de savoir-devenir.

En conséquence, les établissements d'enseignement étaient sommés d'établir plusieurs programmes différents pour répondre aux exigences linguistiques, pragmatiques et procédurales répondant ainsi aux besoins de cette catégorie ou de ce public. Notant que la langue française occupe une place primordiale en Algérie, sa marque prépondérante au sein des pratiques sociales quotidiennes en témoigne.

Dès lors, notre problématique pivote autour d'une question de recherche centrale dont la faisabilité tient à montrer l'impact d'une formation en FOS sur le secteur du tourisme inhérent à une région touristique par excellence.

Nous rappelons que l'enseignement du français sur objectif spécifique (FOS), qui est une branche de l'enseignement du français langue étrangère, est conçu pour satisfaire à de tels besoins. C'est à dire que le FOS est toujours marqué par ses spécificités en termes de diversité du public, de la durée limitée

de son apprentissage, des besoins spécifiques, de l'évaluation de son apprentissage et de la motivation des apprenants.

Compte tenu de l'importance de ce domaine, qui convient à ma recherche et à sa valorisation professionnelle dans le domaine du tourisme, et compte tenu des difficultés que connaît ce secteur lié à l'usage de FLE en FOS, il est nécessaire de relancer ce secteur afin de répondre aux intérêts et aux besoins des employés professionnels et de prendre une mesure initiale ou complémentaire pour fournir au domaine une force avancée.

La question majeure autour de laquelle s'articule notre travail de recherche est la suivante :

- Quels sont les besoins spécifiques des entreprises touristiques de Ghardaïa en matière de compétences linguistiques en français ? Quelles sont les exigences linguistiques actuelles pour les employés du secteur touristique et comment évoluent-elles ?
- Quels sont les défis et les opportunités liés à la conception et à la mise en œuvre d'un programme de français de tourisme pour les entreprises touristiques de la ville de Ghardaïa, et comment surmonter ces défis pour maximiser les avantages potentiels ?

Cela nous pousse logiquement à travailler selon trois hypothèses.

- ❖ La première aurait trait à la valorisation et à la progression du secteur touristique via l'enseignement du FOS.
- ❖ La deuxième hypothèse soulignerait l'importance de l'outil-langue professionnelle au service du secteur touristique.
- ❖ Quant à la troisième, elle interviendrait pour une ouverture internationale sur le tourisme dont le sésame est le français sur objectifs spécifiques.

En somme, la présente recherche prétend aboutir à des propositions didactiques en guise d'objectif principal de recherche. Nous tenons,

modestement, à mettre au service de ce public une première maquette de contenus pédagogiques servant l'enseignement du français sur objectifs spécifiques, relevant du monde du tourisme.

Pour ce faire, nous comptons répartir notre travail en trois chapitres.

Le premier chapitre aura trait à identifier la genèse du français sur objectifs spécifiques. L'historicité intervient afin de mettre en exergue l'évolution du concept à travers les mutations observées de par le monde.

Par ailleurs, le deuxième chapitre s'étalera sur le domaine d'étude du FOS qui est le secteur du tourisme en relation très étroite avec l'une des plus grandes régions touristiques, à savoir, la grande GHARDAIA, où il est question de déceler les besoins du large personnel du tourisme en termes de langues étrangères spécifiques afin, d'apporter éventuellement un plan d'action servant d'adjuvant dans l'accomplissement de leur profession (guide touristique, conseiller de tourisme, visiteur touristique, etc.)

Quant au dernier chapitre, il intervient dans une perspective pragmatique. Le traitement des données constitue la principale tâche dont le couronnement n'est autre que la proposition de pistes pédagogiques ; servant de guide dans l'enseignement du FOS du tourisme.

CHAPITRE 01 :

La genèse du FOS

« La perspective historique, en explorant les évolutions sur un temps plus large, permet de dégager les continuités sous les ruptures, qui sont rarement aussi radicales qu'on le dit, de renouer des liens entre le passé et le présent qui n'en est que la suite»

(Holtzer, 2004, p. 8)

1) Introduction

Le Français sur Objectifs Spécifiques (FOS) est en effet ancré dans l'histoire et a connu plusieurs évolutions au fil du temps. Remonter à ses origines permet de mieux comprendre sa spécificité, sa structure et ses dimensions.

L'origine du FOS remonte aux années 1920. Au départ, il était principalement axé sur le français militaire, visant à former les soldats à communiquer dans un contexte militaire spécifique. Au fil du temps, il s'est étendu à d'autres domaines, tels que le français langue professionnelle, la langue de spécialité et le français fonctionnel. Le concept du FOS a évolué au cours de son parcours historique et méthodologique. Il a connu des changements et des adaptations pour répondre aux besoins spécifiques des différents publics auxquels il est enseigné. En suivant l'histoire du FOS, on peut retracer son développement et comprendre les différentes approches adoptées en fonction des publics cibles. En effet, les besoins des apprenants en FOS varient en fonction de leur domaine professionnel, de leur niveau de compétence linguistique et de leurs objectifs spécifiques.

Ainsi, en prenant en compte la nature diverse des publics du FOS, des approches pédagogiques différentes sont utilisées pour répondre à leurs besoins spécifiques. Cela peut inclure l'utilisation de vocabulaire spécialisé, de situations de communication professionnelle, de matériel didactique adapté à leur domaine d'activité, etc.

En explorant l'histoire du FOS, on peut mieux comprendre son évolution et son développement. Cela permet également de prendre en

considération les différents publics auxquels il s'adresse et d'adopter des approches pédagogiques adaptées à leurs besoins spécifiques.

2) Le français militaire

Dans les années 1920, le départ de l'apprentissage du français sur objectif spécifique (FOS) a été créé en 1927. Pendant cette période, le premier manuel de français spécialisé a été publié, destiné aux soldats non-francophones combattant dans l'armée française pour l'enseignement du français aux militaires indigènes et visée par des objectifs de type d'apprentissage :

L'apprentissage du français par les troupes indigènes a un double avantage : cela renforce leur efficacité sur le terrain en facilitant les communications et les interactions avec les soldats français, tout en ouvrant des opportunités économiques et commerciales pour leur pays d'origine grâce à des relations plus fluides avec les administrateurs et les entrepreneurs français. (Général Dupont, 1935)

La maîtrise de la langue française par les soldats indigènes est un investissement stratégique. Non seulement cela améliore leur fonctionnement au sein de l'armée, mais cela crée également des liens durables entre nos colonies et la Métropole, favorisant ainsi le développement économique et les échanges culturels. (Colonel Lefort, 1943)

Ainsi, avant l'apprentissage des indigènes militaires, des classes étaient formées par le commandant de l'unité. Celui-ci prenait en compte différents éléments lors de la composition de ces classes.

3) Le français sur objectif spécifique « FOS »

3.1) Définition du FOS

Avant de commencer notre recherche, il nous est nécessaire de bien aborder le terme « FOS ». Donc Le français sur objectif spécifique « FOS » est une branche de la didactique du FLE qui est marquée par ses publics dont l'objectif est de réaliser un objectif donné. Selon RICHER, il s'agit d'un « *technolecte autonome caractérisé par une sélection et un certain usage de moyens linguistiques, soit comme une variante de la*

langue générale se distinguant de cette dernière par une fréquence de certains termes, de certaines structures. » (Richer, J. J. 2008, p. 17)

De plus, le FOS adopte une approche fonctionnelle de l'enseignement et de l'apprentissage, mettant l'accent sur l'acquisition de compétences langagières dans des contextes professionnels ou académiques spécifiques plutôt que sur la maîtrise générale de la langue.

L'objectif principal du FOS est d'atteindre des résultats concrets et immédiats, ce qui suscite une forte motivation chez les apprenants. Il existe une relation réciproque entre la rentabilité de la formation et la motivation des apprenants tout au long du processus d'apprentissage. Plus les apprenants constatent des progrès tangibles et bénéficient directement de leurs nouvelles compétences, plus ils sont motivés à poursuivre leur formation en FOS.

Cependant, il est important de noter que cette motivation peut également présenter des défis pour certains apprenants. Ces difficultés peuvent être liées à la complexité des tâches professionnelles ou académiques, aux exigences linguistiques spécifiques ou à d'autres obstacles liés à l'environnement d'apprentissage. Il est essentiel de comprendre et de surmonter ces difficultés pour garantir une formation efficace en FOS.



Figure 1 : Les spécificités des publics de FOS (Qotb H. 2009, p.61)

Le FOS touche actuellement tous les domaines on peut en citer quelques exemples :

- ❖ Le français de l'hôtellerie et du tourisme
- ❖ Le français scientifique et technique
- ❖ Le français de la médecine
- ❖ Le français de l'informatique

3.2) La naissance du FOS

Au cours des années 1960, la notion de français sur objectif spécifique (FOS) a commencé à prendre forme. Cela s'explique par le besoin croissant de répondre aux demandes linguistiques spécifiques de certains publics dans des domaines professionnels ou académiques particuliers. Les premières initiatives en FOS ont été développées pour répondre aux besoins des professionnels dans des secteurs tels que le commerce, le tourisme, la médecine, l'ingénierie, etc. Les formations ont été conçues de manière à fournir aux apprenants les compétences linguistiques nécessaires pour réussir dans leur domaine d'activité.

Au fil du temps, le champ du FOS s'est élargi pour inclure également les étudiants universitaires qui avaient besoin d'acquérir des compétences linguistiques spécifiques pour réussir leurs études supérieures. Les programmes de FOS ont ainsi été développés dans des disciplines variées comme la littérature, la linguistique, les sciences sociales, etc.

Les années suivantes ont été marquées par le développement et l'expansion des programmes de FOS à travers le monde. De nombreuses universités et institutions de formation ont commencé à offrir des cours et des programmes spécialisés en FOS, adaptés aux besoins spécifiques des publics ciblés.

La popularité croissante du FOS s'explique par son approche pragmatique axée sur l'acquisition de compétences linguistiques dans des

contextes réels et pertinents. Les apprenants du FOS sont motivés par la perspective de pouvoir utiliser immédiatement leurs compétences linguistiques dans leur domaine professionnel ou académique.

Aujourd'hui, le FOS continue d'évoluer et de s'adapter aux demandes changeantes des publics spécifiques. Les méthodologies et les approches pédagogiques se développent pour offrir des formations efficaces et ciblées, permettant aux apprenants d'atteindre leurs objectifs linguistiques dans des domaines professionnels ou académiques définis. Le FOS a émergé dans les années 1960 pour répondre aux besoins spécifiques de publics dans des domaines professionnels ou académiques particuliers. Depuis lors, il a connu un développement constant et offre aujourd'hui une variété de programmes et de cours adaptés aux besoins des apprenants ciblés.

3.2.1) Le français scientifique et technique

Effectivement, à partir des années 1960, on a observé un changement dans les centres d'intérêt et de savoir, ainsi qu'une évolution des langues utilisées sur la scène internationale. L'anglais et l'allemand, notamment, ont gagné de l'importance et ont commencé à être déployés dans de nombreux domaines techniques et scientifiques. Ce déclin relatif du français sur la scène internationale a incité à repenser les politiques linguistiques en place. Le français a été confronté à la nécessité de cibler de nouveaux publics étrangers afin de maintenir sa position et sa présence dans les domaines techniques et scientifiques. Cela a conduit à une réflexion sur la manière de développer des stratégies appropriées pour promouvoir l'apprentissage du français dans ces domaines spécifiques. Le FOS a émergé comme une réponse à cette préoccupation, offrant des programmes et des cours spécialisés dans l'enseignement du français à des publics ayant des besoins linguistiques spécifiques dans les domaines techniques et scientifiques. Le FOS a été conçu pour répondre aux attentes des apprenants qui souhaitent acquérir des compétences

linguistiques précises dans ces domaines, tout en leur permettant de s'intégrer et de communiquer efficacement dans des contextes professionnels internationaux.

Ainsi, le développement du FOS s'inscrit dans un contexte plus large de prise de conscience de la nécessité de promouvoir le français dans des domaines où il peut rencontrer une concurrence linguistique plus forte. Le FOS vise à rendre le français compétitif en proposant des formations spécialisées qui répondent aux besoins des publics visés dans les domaines techniques et scientifiques.

3.2.2) Le français instrumental

Le français instrumental est un type d'enseignement fonctionnel du français qui concerne un public bien défini. Le français instrumental (FI) s'est développé dans les années 70 dans l'Amérique Latine comme résultat d'une crise dans l'enseignement du français langue étrangère. La suprématie de l'anglais comme la langue étrangère de référence dans l'enseignement et la langue de communication des échanges internationaux s'est répandue dans tous les pays.

3.2.3) Le français fonctionnel (F.F)

Le terme "français fonctionnel" fait référence à une approche de l'enseignement du français qui met l'accent sur l'utilisation pratique et fonctionnelle de la langue dans des situations de communication réelles. L'objectif principal est de développer les compétences linguistiques nécessaires pour interagir efficacement dans des contextes spécifiques, tels que le travail, les études ou les activités quotidiennes.

L'enseignement du français fonctionnel se concentre sur l'apprentissage des structures et des expressions linguistiques essentielles pour accomplir des tâches spécifiques, telles que rédiger des courriers professionnels, mener des entretiens d'embauche, participer à des réunions, etc. Il met l'accent sur la pratique orale et écrite, la

compréhension de textes authentiques et la simulation de situations réelles de communication.

Cette approche vise à développer la compétence communicative des apprenants en les préparant à utiliser la langue de manière efficace et adaptée à leurs besoins et objectifs spécifiques. Elle met l'accent sur la pertinence et la fonctionnalité de l'apprentissage linguistique, en se concentrant sur les compétences pratiques nécessaires dans des contextes réels.

Ces passages mettent en évidence l'émergence de l'enseignement du français ciblé dans les années 1970, en réponse à la crise économique et aux évolutions pédagogiques de l'époque. Il était destiné aux boursiers du gouvernement français et visait à répondre à leurs objectifs spécifiques d'utilisation fonctionnelle de la langue. Le terme "français pratique" met l'accent sur l'utilisation opérationnelle de l'outil linguistique plutôt que sur les contenus linguistiques eux-mêmes.

Il est souligné que le terme "français fonctionnel" est insuffisant pour décrire cet enseignement, et qu'il existe d'autres termes tels que "méthode fonctionnelle", "pratique fonctionnelle" et "français sur objectifs spécifiques". Bien que ces approches partagent certaines caractéristiques communes, telles que la focalisation sur les objectifs spécifiques de l'apprenant et l'utilisation de supports d'apprentissage en adéquation avec leur domaine d'activité, il est noté que les différentes catégories de publics ont des objectifs différents, ce qui nécessite des pratiques pédagogiques adaptées à leurs besoins spécifiques.

3.2.4) Le français sur objectif spécifique (F.O.S.S puis FOS)

Calqué de l'expression anglaise « English for Special/Specific purpose » (ESP), le « français de spécialité » revient dans les années 1990 avec un nouveau nom : « Français sur Objectifs Spécifiques ». Initialement signé le F.S.O.S. puis finalement stabilisé dans le F.O.S., il a

donc renversé toutes les dénominations précédentes, marquant ainsi une certaine stabilité théorique.

Les apprenants FOS cherchent à apprendre une langue à des fins utilitaires afin de mieux utiliser leurs compétences dans le monde des affaires

3.2.5) Le français sur objectif ou le français langue professionnelle

Le français sur objectif ou le français langue professionnelle est un domaine d'enseignement axé spécifiquement sur l'apprentissage du français à des fins professionnelles. Il vise à développer les compétences linguistiques nécessaires pour communiquer efficacement dans un contexte professionnel francophone. Ce domaine met l'accent sur la maîtrise du vocabulaire, des expressions et des structures grammaticales utilisées dans les domaines spécifiques tels que le commerce, le tourisme, la médecine, l'ingénierie, etc. L'objectif principal est de permettre aux apprenants d'acquérir les compétences linguistiques et culturelles nécessaires pour réussir dans leur carrière et interagir avec succès dans un environnement professionnel francophone. Cela inclut la capacité de rédiger des rapports, de participer à des réunions, de mener des présentations, de négocier, de converser avec des collègues et des clients, et d'accomplir d'autres tâches liées à leur domaine professionnel spécifique. L'enseignement du français sur objectif prend en compte les besoins spécifiques des apprenants et vise à les préparer à une communication efficace et appropriée dans leur domaine professionnel choisi.

FOS ou FLP, quelle est la différence ?

Effectivement, il est important de clarifier la distinction entre le français sur objectif (FOS) et le français langue professionnelle (FLP) pour orienter votre recherche de manière claire.

Le FOS cible un public qui possède déjà une certaine connaissance de la langue française et en maîtrise plus ou moins les compétences. Il vise à développer leurs compétences linguistiques dans un contexte professionnel spécifique. Ce public est généralement composé de professionnels qui souhaitent se spécialiser dans un domaine professionnel particulier, tel que la finance, l'informatique, etc.

En revanche, le FLP s'adresse à divers types de publics, y compris les débutants complets, et ne se limite pas aux apprenants qui pratiquent le français comme langue étrangère. Le FLP englobe également l'enseignement du français langue maternelle (FLM) pour les personnes dont le français est leur langue première, ainsi que l'enseignement du français langue seconde pour les apprenants qui l'étudient comme langue étrangère.

Ainsi, contrairement au FOS qui cible un public ayant déjà une connaissance préalable de la langue, le FLP couvre un éventail plus large de publics, allant des débutants complets aux apprenants avancés, et peut être enseigné tant comme langue étrangère que comme langue maternelle ou seconde. Cette distinction permet de bien définir le cadre de votre recherche et de vous orienter vers les ressources et les approches adaptées à votre objectif spécifique.

4) Caractéristique et démarche du FOS

Le FOS se diffère du FLE et est connu pour ses méthodes et ses objectifs.

5) les caractéristiques des publics du FOS

Les publics concernés par une formation en français sur objectif (FOS) sont divers et peuvent être regroupés en différentes catégories en fonction de leurs caractéristiques spécifiques. Bien que chaque type de public ait ses particularités, ils partagent certaines caractéristiques qui les distinguent des apprenants de français général.

Tout d'abord, les apprenants de FOS sont motivés par des besoins professionnels spécifiques. Ils cherchent à développer leurs compétences linguistiques dans un domaine professionnel particulier, que ce soit pour des raisons de carrière, pour communiquer avec des collègues ou clients, ou pour s'intégrer dans un nouvel environnement professionnel.

De plus, les apprenants de FOS ont souvent des objectifs clairs et précis en termes de compétences linguistiques à acquérir. Ils ont besoin de maîtriser un vocabulaire spécialisé, des expressions idiomatiques et des compétences de communication propres à leur domaine professionnel. Par conséquent, les formations en FOS se concentrent sur l'acquisition de ces compétences spécifiques pour répondre aux besoins professionnels des apprenants.

En outre, les apprenants de FOS peuvent provenir de divers horizons culturels et linguistiques. Ils peuvent être des professionnels locaux qui cherchent à se spécialiser dans leur domaine, des étudiants internationaux qui souhaitent poursuivre des études ou une carrière en francophonie, des immigrants cherchant à s'intégrer professionnellement dans un pays francophone, ou encore des professionnels en formation continue. Bien que les publics du FOS puissent être catégorisés en fonction de leurs spécificités, ils partagent tous une motivation pour des besoins professionnels spécifiques, des objectifs clairs en termes de compétences linguistiques et une diversité culturelle et linguistique. C'est ce qui distingue ces apprenants du français général et justifie l'approche spécifique du FOS dans leur formation.

6) le Français sur objectif spécifique et le français langue étrangère

Les jumeaux fraternels, FLE et FOS, sont deux approches distinctes de l'enseignement du français.

Le FLE (Français Langue Étrangère) englobe l'ensemble des apprenants du français en tant que langue étrangère. Il concerne un large public d'apprenants, qu'ils soient étudiants, professionnels, immigrants ou simplement intéressés par l'apprentissage de la langue française. Le FLE est souvent enseigné dans des établissements

académiques et vise à fournir une formation linguistique générale, couvrant les compétences en lecture, écriture, écoute et expression orale. Son objectif est de former les individus de manière globale à la langue française.

D'autre part, le FOS est axé sur l'enseignement du français à des fins professionnelles spécifiques alors que le FLE vise à former les individus de manière globale à la langue française.

CHAPITRE 02 :
Le FOS du tourisme

À travers le présent chapitre, nous entendons présenter une esquisse relative au contexte touristique. En effet, il est question de présenter les différentes manières d'appréhender l'apprentissage professionnel à travers la langue de spécialité.

Sur un autre volet, nous nous sommes inspirées de la méthodologie FOS, initiée par Parpette et Mangiante, dans la perspective de présenter un état des lieux des besoins réels du public relevant du secteur de tourisme de la région de Ghardaïa.

1. Les apprentissages touristiques

L'apprentissage touristique est un concept de plus en plus étudié dans le domaine du tourisme. Il fait référence aux connaissances, compétences et expériences que les voyageurs acquièrent lorsqu'ils visitent une destination. L'apprentissage touristique peut prendre différentes formes, telles que la découverte de la culture locale, la rencontre avec les habitants, l'apprentissage d'une nouvelle langue ou la visite de sites historiques. En plus de fournir des expériences enrichissantes aux voyageurs, l'apprentissage touristique peut également avoir des conséquences positives pour les acteurs de l'industrie touristique. Par exemple, cela peut contribuer à la création de destinations touristiques plus durables et à la promotion d'un tourisme responsable. Ainsi, il est très logique que la pédagogie touristique tient son origine de faits culturels qui, à travers leur explication, pousse l'autre à intégrer, de manière différente de la sienne, mais l'incitant à accepter cet autre.

Pour résoudre ces problèmes, les touristes individuels mettent en œuvre différentes stratégies, telles que le partage avec d'autres touristes, l'usage des guides (livres) ou d'autres dispositifs trouvés sur place, le recours aux cartes, la planification préalable de la visite. C'est cet ensemble de tâches que le guide va prendre en charge ou tout au moins accompagner, en planifiant séjour et visite avant le départ avec les vacanciers, en s'occupant de l'orientation sur place

(trouver les lieux et les informations sur les horaires, lire les cartes), en soutenant les différents projets nés sur place (achats, feu d'artifice).

L'apprentissage touristique peut avoir des impacts positifs sur les voyageurs, en leur permettant de développer leurs compétences, leur confiance en soi et leur compréhension du monde. Cela peut également avoir des effets positifs sur les destinations touristiques, en contribuant à la création de valeur ajoutée et à la promotion d'un tourisme plus responsable et durable. (Cf. Site officiel de l'Office National du Tourisme Algérien)

Selon les spécialistes du secteur, il est de plus en plus considéré comme un élément important de l'expérience touristique. En effet, de nombreux voyageurs cherchent à apprendre de nouvelles compétences, à acquérir de nouvelles connaissances et à explorer différentes cultures lorsqu'ils voyagent. Les destinations touristiques et les opérateurs touristiques peuvent répondre à cette demande en créant des expériences de voyage qui encouragent l'apprentissage et en mettant en place des politiques et des programmes qui soutiennent et promeuvent l'apprentissage touristique.

Cela dit, il peut prendre de nombreuses formes différentes, en fonction des intérêts et des besoins des voyageurs ainsi que des opportunités disponibles dans la destination touristique. Pour le besoin de notre étude, nous avons opté pour un étayage inhérent aux principales formes d'apprentissage touristique.

L'apprentissage informel est le type d'apprentissage qui se produit sans une structure formelle ou un programme éducatif prédéfini. Il peut se produire de manière spontanée et imprévue, en réponse à une situation ou à un événement inattendu pendant le voyage. Par exemple, un voyageur peut apprendre de nouvelles choses sur l'histoire, la culture ou la cuisine locale en discutant avec des habitants, en visitant des marchés locaux ou en explorant des quartiers historiques : « Kser Atteuf » et « ksar Ghardaïa » et aussi « Ksar Daïa ben Dahoua »

L'apprentissage informel peut être considéré comme une expérience d'apprentissage non structurée, mais très enrichissante pour les voyageurs, car elle leur permet de découvrir et d'apprendre de nouvelles choses de manière organique et immersive.

Par ailleurs, l'apprentissage expérientiel implique l'apprentissage par l'expérience pratique, l'observation et la réflexion. Il peut inclure des activités telles que la participation à des ateliers, des visites guidées, des démonstrations, des stages et des projets de bénévolat. Les voyageurs peuvent acquérir des compétences pratiques et des connaissances spécifiques en participant à des activités organisées.

L'apprentissage expérientiel peut être particulièrement utile pour les voyageurs qui cherchent à développer de nouvelles compétences ou à acquérir une expérience pratique dans un domaine particulier.

En outre, l'apprentissage formel est structuré et organisé, avec des programmes éducatifs prédéfinis et des objectifs d'apprentissage clairement définis. Il peut inclure des programmes éducatifs formels tels que des cours universitaires, des programmes de formation professionnelle, des programmes d'enseignement des langues et des cours d'art ou de musique.

L'apprentissage formel peut être particulièrement utile pour les voyageurs qui cherchent à obtenir des crédits universitaires ou à suivre une formation professionnelle spécifique pendant leur voyage.

Quant à L'apprentissage numérique, également connu sous le nom d'apprentissage en ligne ou d'apprentissage à distance, utilise la technologie pour offrir des programmes éducatifs aux voyageurs. Les voyageurs peuvent suivre des cours en ligne, participer à des forums de discussion et à des webinaires, et accéder à du contenu éducatif en ligne.

L'apprentissage numérique peut être particulièrement utile pour les voyageurs qui cherchent à apprendre de nouvelles compétences ou à obtenir des informations supplémentaires sur une destination avant leur voyage.

En somme, les formes d'apprentissage touristique sont nombreuses et peuvent être adaptées aux intérêts et aux besoins spécifiques des voyageurs. Les destinations touristiques et les opérateurs touristiques peuvent offrir une variété d'expériences d'apprentissage pour répondre à la demande croissante. En conséquence, il devient nécessaire de présenter des produits très variés (endroits féériques, art culinaire de terroir, habits spécifiques, etc.) et de les faire vivre en situation réelle où l'échange, l'émotion et l'aventure en sont les constituants principaux.

Le séjour est alors un apprentissage des vacances, d'autant plus effectif que les populations ont une expérience qui dépasse peu l'excursion ponctuelle ou le court séjour en camping dans des localités proches, à l'exception des deux mères immigrantes dotées de compétences "mobilitaires" mais ayant quelques difficultés, ne serait-ce que d'ordre économique, à les exercer à GHARDAIA. À partir de nos données, nous pouvons, dans le cadre d'un séjour d'une semaine dans un village de vacances, repérer différents apprentissages :

- la conquête de l'espace environnant en plein de SAHARA accessible de voiture 4*4 (1h). Repos, jeux avec les enfants (très surveillés) jeux en quad et chameau, détente et plaisanteries entre adultes ; apprendre aussi à se protéger du soleil ;
- Visites historiques et civilisations architecturales successives dans la région, connaître les secrets de la ville et la vérité sur son histoire d'origine, la visite du marché Metlilichaanba ,Ghardaia , sebseb , zelfana , mansoura . .. etc

- le restaurant collectif ou individuelle payé par l'entreprise touristique sur le budget de vacance, moment symbolique fort (traditionnel et spécial pour la ville de Ghardaïa, Mainama, Taaam ,refiseChaaanbi, les jeux karwaya , adefi..... etc.)
- quelques activités comme le spa a zelfana chez hammam traditionnel de la femme arabienne , et surtout pour les gens souffrant de rhumatisme.
- NB : Les programmes VIP a d'autres dispositions contrairement au programme régulier

1.1).Une participation guidée

La participation guidée est une stratégie d'apprentissage qui consiste à fournir un support ou une assistance à un apprenant pour l'aider à accomplir une tâche ou à résoudre un problème. Dans ce type de participation, le guide ou le tuteur fournit des indications, des conseils ou des directives pour aider l'apprenant à surmonter les difficultés rencontrées dans sa tâche ou son apprentissage.

C'est le moyen de s'appropriier les pratiques, mais dans un processus de transformation de celles-ci : « [...] *L'appropriation des pratiques sociales relève d'un processus créatif. En ce sens les informations et habiletés ne sont pas transmises mais transformées dans le processus d'appropriation* » (Rogoff, 1990, p. 197). La participation guidée renvoie non seulement au processus de communication mais aussi aux arrangements des pratiques, pour les rendre accessibles et appropriables.

À travers la participation guidée, le touriste (ou celui qui devient touriste) s'approprie les pratiques touristiques, mais au sens où il les transforme, les interprète sans nécessairement les reproduire fidèlement. Ce processus de socialisation touristique est bien un processus d'apprentissage.

1.2) L'exploration guidée

Si, en participant aux pratiques touristiques, on apprend, ce n'est pas le seul type d'apprentissage que l'on peut mettre en évidence, même s'il s'agit du plus facile à repérer, d'autant plus que l'on suppose qu'il doit se faire à un moment ou un autre de la vie du touriste. D'autres dimensions de l'apprentissage peuvent être perçues, en particulier par le touriste lui-même. Ainsi, un sentiment d'apprendre quelque chose émerge dans les entretiens.

L'exploration guidée est une activité dans laquelle un guide professionnel accompagne un groupe de personnes dans une aventure pour explorer une région ou un site particulier. Cette activité est souvent associée à des voyages d'aventure, des randonnées pédestres, des visites guidées dans des musées ou des sites historiques, et des expéditions. À titre d'illustration, nous citons l'ancienne mosquée de METLILI CHAANBA .

L'objectif principal de l'exploration guidée est d'offrir aux participants une expérience éducative et informative tout en garantissant leur sécurité pendant leur voyage. Les guides professionnels sont généralement des experts dans leur domaine et ont des connaissances approfondies sur l'histoire, la culture, la géographie et la faune et la flore de la région visitée. Ils sont également formés à la gestion des risques et à la sécurité en plein air pour garantir la sécurité des participants. L'exploration guidée peut être une excellente option pour les personnes qui souhaitent découvrir une région ou un site pour la première fois, car elle offre une expérience guidée et personnalisée. Les guides peuvent fournir des informations détaillées sur les sites visités et répondre aux questions des participants. De plus, les guides peuvent également offrir des conseils pratiques pour aider les participants à s'adapter à leur environnement, tels que des conseils pour l'acclimatation à l'altitude ou pour éviter les maladies tropicales.

En définitive, l'exploration guidée est une activité populaire pour les voyageurs qui cherchent à découvrir de nouveaux sites et expérimenter de nouvelles aventures en toute sécurité. Avec un guide professionnel à leurs côtés,

les participants peuvent profiter pleinement de leur expérience et en apprendre davantage sur la région ou le site visité.

2. Méthodologie du FOS

Le caractère spécifique de toute formation exige l'élaboration d'un programme au cas par cas. Pour élaborer un cours de FOS, selon J.M. MANGIANTE et C. PARPETTE (MANGIANTE, J.M., PARPETTE, C., 2004, p.7), il est conseillé de suivre une démarche en cinq étapes principales:

- ***La demande de formation***: Cette demande est faite généralement par un organisme ou une institution ou bien par les apprenants eux-mêmes.

- ***L'analyse des besoins des apprenants***: L'enseignant (ou l'équipe enseignante), chargé de la formation recense et analyse les besoins de formation. Ces besoins peuvent-être identifiés via des interviews, des questionnaires, des grilles d'analyses, etc. C'est l'étape la plus importante dans toute élaboration d'un cours FOS. C'est lors de cette étape que l'on « *recense les situations langagières que les apprenants vivent ou vivront à l'issue de leur formation et qui sont à l'origine de la demande de programme.* » (MANGIANTE, J.M., PARPETTE, C., 2004, p.8).

- ***La collecte des données***: L'enseignant doit trouver des données authentiques sur lesquelles reposera son enseignement. Selon J.M., MANGIANTE et C. PARPETTE cette étape « *permet de confirmer les hypothèses faites par l'enseignant, de les compléter, voire au contraire de les modifier considérablement* ». (MANGIANTE, J.M., PARPETTE, C., 2004, p.8)

- ***L'analyse des données***: Nécessité d'analyser attentivement les données recueillies pour identifier les composantes des différentes situations de communication que l'enseignant aura à traiter.

- ***L'élaboration d'activités*** : qui est appelée à prendre en considération le profil du public ainsi que ses demandes urgentes dans un domaine précis. Dès lors, les

activités conçues prendront en charge les quatre compétences de base et, auront recours à l'utilisation des outils audiovisuels les plus développés.

3. Élaboration d'un programme

L'élaboration d'un programme nécessite une planification minutieuse et une compréhension approfondie des objectifs à atteindre. Il doit respecter certaines étapes et suivre une démarche bien structurée.

3-1 Les difficultés

Développer objectivement des programmes de français n'est pas facile pour les concepteurs pour deux raisons principales.

3.1.a. L'entrée dans un domaine inconnu

Le professeur de français volontairement exposé à des situations nouvelles. Il doit aller en territoire inconnu et comprendre sa composition afin de façonner un programme. Donc, son travail est différent et doit explorer le monde pour donner à ses participants, les situations aux quelles ils seront confrontés.

La difficulté à adopter le matériel disponible sur le marché du tourisme peut avoir plusieurs causes possibles. En voici quelques-unes :

Coût élevé : Le matériel disponible sur le marché peut être coûteux, ce qui peut rendre son adoption difficile pour les petites entreprises touristiques ou pour les voyageurs qui cherchent à économiser de l'argent.

Manque de formation : Le personnel qui utilise le matériel touristique peut ne pas avoir été formé à son utilisation, ce qui peut entraîner des erreurs ou une utilisation inefficace.

Complexité: Certains équipements touristiques peuvent être complexes à utiliser, ce qui peut rendre l'adoption difficile, surtout pour les personnes qui ne sont pas technophiles ou qui n'ont pas une grande expérience dans le domaine.

Incompatibilité: Le matériel peut être incompatible avec d'autres équipements utilisés dans l'industrie touristique, ce qui peut limiter son utilité.

Manque de confiance : Les utilisateurs peuvent ne pas avoir confiance en la fiabilité ou la sécurité du matériel touristique, ce qui peut les empêcher de l'adopter.

Pour surmonter ces obstacles, il peut être utile de fournir une formation adéquate aux utilisateurs, de simplifier l'interface et de fournir une assistance technique en cas de problème. Il peut également être important de réduire les coûts et de garantir la fiabilité et la sécurité du matériel touristique.

Un programme de français sur objectif spécifique se caractérise par la spécificité du public et du programme. Il est donc impossible d'avoir recours aux manuels pédagogiques.

3-1-b. La difficulté à adopter le matériel disponible sur le marché.

La spécificité de chaque projet doit être développée au cas par cas, ce qui n'est souvent pas possible avec les supports pédagogiques existants sur le marché. En effet, plus la méthode de travail est spécifique, moins il est probable que le matériel développé soit transférable dans son ensemble. Bien sûr, il existe aussi des manuels de « français de spécialisation » (dans les domaines du tourisme, du droit et surtout des affaires), où l'on peut trouver une série de cours ou quelques documents afin de les intégrer au programme FOS dans le même domaine, mais la pratique encore marginale. Par conséquent, les enseignants doivent établir leurs propres procédures et matériels pédagogiques. Difficulté à s'adapter aux matériaux disponibles sur le marché se construit un processus assez long qui peut être schématisé en 5 étapes (MANGIANTE, J.M., PARPETTE, C., 2006 , pp.7,8,9)

3-2-1 La démarche à suivre

La démarche à suivre pour élaborer un programme de français de tourisme au profit des entreprises touristiques de la ville de GHARDAIA peut comprendre un processus assez long qui peut être schématisé en cinq étapes:

3-2-1-a) La demande de formation

Si un organisme demande à une institution d'enseignement d'assurer un stage linguistique à un public particulier dans le domaine du tourisme avec des objectifs précis de formation, il est important pour l'institution de comprendre les besoins et attentes de cet organisme afin de proposer un stage linguistique adapté à ses besoins.

Pour répondre à cette demande, l'institution d'enseignement devra d'abord analyser les compétences linguistiques actuelles des participants et les objectifs de formation spécifiques de l'organisme. Ensuite, elle devra concevoir un programme de stage linguistique qui intègre les objectifs de formation et les besoins linguistiques spécifiques du groupe. La durée et les horaires du stage peuvent être ajustés en fonction des besoins de l'organisme. Il est également important de déterminer les coûts associés au stage linguistique et de les communiquer clairement à l'organisme. Des options de financement peuvent également être envisagées. L'institution d'enseignement (centre, institut, école) devra également veiller à ce que le stage linguistique soit dispensé par des formateurs qualifiés et expérimentés dans le domaine du tourisme. Des activités pratiques et des mises en situation réelles peuvent être incluses pour aider les participants à appliquer leurs compétences linguistiques dans des contextes professionnels.

Enfin, il est important que l'institution d'enseignement évalue l'efficacité du stage linguistique en termes d'atteinte des objectifs de formation de l'organisme et de satisfaction des participants. Cette évaluation peut être utilisée pour apporter des améliorations au programme de formation à l'avenir.

3-2-1-b) l'analyse de besoin

Pour mener une analyse des besoins, l'enseignant (ou l'équipe d'enseignants) peut commencer par identifier les situations de communication auxquelles les apprenants seront confrontés dans leur domaine d'activité spécifique. Dans le cas d'un stage linguistique en FOS du tourisme, les situations de communication pourraient inclure l'accueil des clients, la gestion des réservations, la présentation des services touristiques, etc.

Une fois que les situations de communication ont été identifiées, l'enseignant peut déterminer les compétences linguistiques dont les apprenants auront besoin pour réussir dans ces situations. Par exemple, les apprenants devront peut-être être capables de comprendre des demandes de renseignements des clients, de répondre aux questions sur les tarifs des services touristiques, ou de présenter des offres touristiques de manière persuasive. L'enseignant peut également tenir compte des besoins spécifiques des apprenants en termes de niveaux de compétence linguistique et de styles d'apprentissage. Par exemple, certains apprenants peuvent avoir besoin de travailler sur leur grammaire et leur vocabulaire, tandis que d'autres peuvent préférer des activités plus communicatives et axées sur la pratique. L'analyse des besoins peut également inclure une évaluation des ressources pédagogiques disponibles pour l'enseignant et les apprenants. Les ressources pédagogiques peuvent inclure des manuels, des matériaux audiovisuels, des exercices en ligne, etc.

L'enseignant peut utiliser les résultats de l'analyse des besoins pour concevoir un programme de formation linguistique qui répond aux besoins spécifiques des apprenants. Le programme peut inclure des activités linguistiques, des jeux de rôles, des exercices de compréhension orale, etc.

3-2-1-c) la collecte des données

Effectivement, pour concevoir un programme de formation linguistique adapté aux besoins des apprenants dans un domaine spécifique, la collecte de

données est essentielle. Cette collecte de données peut prendre plusieurs formes, notamment la consultation d'acteurs du domaine, l'observation de situations de communication réelles, ou encore l'utilisation de questionnaires et d'entretiens.

Rencontrer des acteurs du domaine concerné est une étape importante pour recueillir des informations sur les différentes situations de communication auxquelles les apprenants seront confrontés. Ces acteurs peuvent être des professionnels du secteur, des représentants d'organisations professionnelles, des formateurs, etc. Les entretiens avec ces acteurs peuvent aider le concepteur à mieux comprendre les compétences linguistiques requises dans le domaine et les difficultés auxquelles les apprenants pourraient être confrontés. L'observation de situations de communication réelles peut également aider le concepteur à comprendre les besoins des apprenants en termes de compétences linguistiques. Par exemple, en observant les interactions entre les professionnels du secteur touristique et les clients, le concepteur peut identifier les compétences linguistiques nécessaires pour assurer un bon accueil des clients, répondre à leurs questions, ou encore leur présenter des offres touristiques. L'utilisation de questionnaires et d'entretiens avec les apprenants eux-mêmes peut également aider à recueillir des informations sur leurs besoins et attentes en matière de formation linguistique. Ces questionnaires et entretiens peuvent être utilisés pour déterminer les compétences linguistiques actuelles des apprenants, leurs objectifs de formation spécifiques, et leurs préférences en matière de styles d'apprentissage.

Enfin, le concepteur peut également recueillir des informations à partir de sources documentaires telles que des manuels de formation, des articles de recherche, ou encore des rapports sur le secteur en question. Ces sources documentaires peuvent aider à évaluer les tendances actuelles dans le secteur et les compétences linguistiques requises pour réussir dans ce domaine. Dans l'ensemble, la collecte de données est une étape essentielle pour concevoir un programme de formation linguistique adapté aux besoins des apprenants dans un

domaine spécifique. Les informations recueillies peuvent être utilisées pour concevoir des activités pédagogiques pertinentes et adaptées aux besoins des apprenants, ainsi que pour évaluer l'efficacité du programme de formation dans l'atteinte des objectifs de formation.

3-2-1-d- L'analyse des données

Effectivement, dans le cadre d'un programme de français sur objectif spécifique du tourisme, l'analyse des données est cruciale pour déterminer les composantes clés des situations de communication liées au tourisme et les compétences linguistiques spécifiques que les apprenants doivent acquérir pour réussir dans ce domaine.

L'analyse des données collectées peut inclure la catégorisation et la synthèse des informations recueillies auprès des apprenants et des acteurs du secteur touristique, ainsi que l'identification des tendances et des modèles qui se dégagent. Les données peuvent être triées en fonction de différents critères tels que les situations de communication spécifiques liées au tourisme, les objectifs de formation des apprenants, les compétences linguistiques requises pour réussir dans le secteur touristique, les préférences en matière de styles d'apprentissage, etc.

En utilisant ces critères, l'enseignant peut identifier les composantes clés des situations de communication liées au tourisme à traiter et déterminer les compétences linguistiques spécifiques que les apprenants doivent acquérir pour réussir dans ce domaine. Par exemple, il peut être important de développer les compétences linguistiques nécessaires pour accueillir les touristes, pour donner des informations touristiques, pour présenter des attractions touristiques, pour gérer des situations de conflit, etc.

L'analyse des données peut également permettre d'identifier les lacunes dans les compétences linguistiques des apprenants en lien avec le tourisme et les obstacles qui pourraient entraver leur apprentissage. Cela permet à l'enseignant

de concevoir des activités pédagogiques spécifiques pour aider les apprenants à surmonter ces obstacles et à développer leurs compétences linguistiques de manière plus efficace.

L'analyse des données est une étape clé pour la conception d'un programme de français sur objectif spécifique du tourisme. Elle permet de mieux comprendre les compétences linguistiques requises pour réussir dans ce domaine, les lacunes et les obstacles à l'apprentissage, ainsi que les activités pédagogiques les plus adaptées pour développer ces compétences

3-2-1-e-L'élaboration d'activités

L'élaboration d'activités en français sur objectif spécifique du tourisme doit être basée sur les besoins et les attentes des apprenants. Pour cela, il est important de récolter des données sur leur niveau de français, leur niveau de connaissance du tourisme, leurs intérêts, leurs besoins professionnels, etc. Ces données peuvent être obtenues à travers des tests de langue, des questionnaires, des entretiens individuels ou des observations en classe.

Une fois que les données ont été collectées, l'enseignant peut utiliser ces informations pour concevoir des activités qui répondent aux besoins spécifiques des apprenants en matière de français du tourisme. Les activités doivent être variées et adaptées aux différents niveaux et styles d'apprentissage des apprenants.

Voici quelques idées d'activités pour l'enseignement du français du tourisme :

- Jeux de rôles : les apprenants jouent le rôle d'un touriste et d'un employé de l'hôtel ou d'un guide touristique pour pratiquer la communication verbale et non verbale en français.
- Études de cas : les apprenants étudient des situations réelles dans l'industrie du tourisme et réfléchissent à la manière de résoudre les problèmes liés à la communication en français.

- Visites guidées : l'enseignant peut organiser des visites guidées en français pour les apprenants, afin qu'ils puissent pratiquer leur français tout en découvrant des sites touristiques locaux.
- Utilisation de matériel authentique : l'enseignant peut utiliser des dépliants, des menus, des brochures touristiques, des vidéos ou des photos authentiques pour aider les apprenants à comprendre le vocabulaire et les expressions liées au tourisme en français.

Enfin, l'enseignant doit s'assurer que les activités sont clairement liées aux objectifs d'apprentissage spécifiques des apprenants. Les activités doivent être conçues de manière à ce que les apprenants puissent voir la pertinence de ce qu'ils apprennent par rapport à leurs besoins professionnels et personnels.

4 -Les caractéristiques des publics du FOS

Le français sur objectif spécifique du tourisme est une variante de la langue française destinée à répondre aux besoins spécifiques des professionnels du secteur touristique. Les publics de cette langue peuvent être divers, mais certains traits communs peuvent être observés :

Les apprenants sont souvent des adultes en formation continue qui travaillent ou souhaitent travailler dans le secteur touristique, tels que des guides touristiques, des agents de voyage, des hôteliers ou des restaurateurs. Les apprenants peuvent avoir des niveaux de français variés, mais doivent avoir une base solide en français pour pouvoir se former efficacement à la langue sur objectif spécifique. Les apprenants peuvent être de différentes nationalités, mais partagent un intérêt commun pour la culture et les destinations touristiques francophones. Les apprenants ont souvent des objectifs professionnels clairement définis, tels que la capacité à communiquer efficacement avec les clients, la compréhension des questions liées au tourisme durable ou encore la maîtrise des techniques de vente.

Les apprenants peuvent bénéficier d'une formation en ligne ou en présentiel, avec des méthodes d'enseignement adaptées aux spécificités du secteur touristique, telles que des simulations de réservation ou des exercices pratiques de communication. Les publics du français sur objectif spécifique du tourisme sont des adultes en formation continue, ayant des niveaux de français variés, une passion pour la culture et les destinations francophones, des objectifs professionnels clairement définis, et bénéficiant d'une formation adaptée aux spécificités du secteur touristique.

BEACCO et LEHMANN (2003) ont distingué quatre types de public dans leur article intitulé « Vers une typologie des publics en didactique des langues-cultures: Le cas de l'approche interculturelle ». Parmi lesquelles, nous choisissons l'un des quatre car il correspond au profil ciblé par notre recherche, en l'occurrence, « **un public guide touristique** ». Ce type de public se compose de guide touristique dont la formation est financée par les entreprises ou la direction du tourisme.

5-Analyse du corpus

Avant de soumettre le questionnaire, notre outil d'investigation,, nous avons fait notre enquête.

L'application de cette approche est un gain linguistique et nécessite une formation intensive pour les guides touristiques dans l'État et spécialement la wilaya de GHARDAIA et la création de cours de formation, y compris la théorie et appliqués, et nous pouvons également collecter des informations et telles que leurs besoins concernant son application.

L'apprenant, que veut-il apprendre? L'apprentissage, en quoi ça va l'aider ? Comment va-t-il utiliser cette langue ? Quand ? Où ?

Il est effectivement essentiel d'adapter les contenus et les méthodes pédagogiques en fonction des différents secteurs professionnels, tels que l'hôtellerie et le tourisme. Les jeux de rôle et les simulations sont des outils

pédagogiques pertinents pour permettre aux apprenants de découvrir les différents aspects du métier et de développer leurs compétences pratiques. Il est également important de prendre en compte les prérequis des apprenants et de les accompagner dans leur progression en leur fournissant les connaissances nécessaires, en lien avec les savoir-faire requis dans leur domaine d'activité. L'articulation entre la langue de spécialité et les savoir-faire professionnels est en effet cruciale pour permettre aux apprenants de maîtriser les compétences attendues dans leur secteur d'activité.

Simulation : c'est mettre l'apprenant dans un contexte professionnel similaire à l'authentique en utilisant les documents authentiques.

Ici il est à noter que l'enseignante a procédé par didactisation de ces documents en utilisant les TICE , présentant l'étendue de la situation à la quelle ils seront confrontés par exemple

- Le dépliant : est un document publicitaire pour but de décrire la région donc ils utiliseront les adjectifs qualificatifs pour informer donc ils vont valoriser le potentiel de la région et informer les clients.

Le document authentique est un texte descriptif et informatif mais aussi argumentatif.

Cet exemple est relatif au contenu programme de ceux qui sont formés en option Tourisme.

Par exemple : l'art culinaire

Comment on peut didactiser une recette ?

- ❖ On parlera des Ingrédients : produits,
- ❖ de la quantité : Déterminer la quantité partitive,
- ❖ de verbes d'action, remuer, rajouter, mixer, rouler,
- ❖ de touche personnelle, d'esthétique, etc.

6. Analyse des résultats

En ce qui concerne les réponses, les résultats préliminaires et superficiels d'une enquête, ainsi que les défis rencontrés pour relancer le secteur touristique dans la région de Ghardaïa. Il est suggéré que l'absence de guides touristiques qualifiés est un obstacle majeur à la prolifération du tourisme. En conséquence, les autorités concernées devraient offrir une formation pratique aux stagiaires, qu'elle soit officielle ou informelle. Il est également souligné que la région manque de guides touristiques officiellement reconnus, avec seulement un guide agréé par les autorités locales. Les personnes ayant une expérience en matière d'orientation touristique devraient être encouragées à poursuivre leur carrière sans perdre de temps avec des formations inutiles. En outre, il est proposé que la langue soit restructurée et que des programmes en plusieurs langues, notamment en français du FOS tourisme, soient élaborés pour promouvoir une activité touristique plus diversifiée dans la région.

Le guide touristique a pris en compte une caractéristique importante du français sur objectifs spécifiques (FOS), qui consiste à enseigner la langue pour permettre aux apprenants d'acquérir des compétences utiles dans leur future carrière. Cette approche met en évidence l'impact de la culture régionale sur les concepts de la langue française et enrichit le secteur du tourisme dans l'ensemble de la région de Ghardaïa, et non pas seulement pour une personne en particulier.

CHAPITRE 03 :
Analyse du questionnaire

1. Présentation du questionnaire

Il semble que le questionnaire a été conçu pour collecter des données concernant les besoins langagiers des employés des entreprises touristiques. Nous nous sommes inspirés des travaux de Mangiante et Parpette (2004) pour élaborer certaines questions.

Le questionnaire contient seize questions, dont la plupart sont fermées. Les questions fermées ont des réponses multiples où l'interrogé peut choisir une ou plusieurs réponses parmi les propositions, des réponses de type binaire "Oui" ou "Non" et une question de classement. Les auteurs ont ajouté la réponse "autre" pour permettre aux interrogés de citer, d'une part, des observations mais surtout, afin qu'ils puissent nous faire part de leurs représentations, d'autre part.

Il est important de noter que les questions fermées sont utiles pour obtenir des réponses précises et quantifiables. Cependant, les questions ouvertes peuvent être efficaces pour permettre aux répondants de donner des réponses plus détaillées et nuancées. En fonction des objectifs de l'enquête, il peut être judicieux d'inclure une combinaison de questions fermées et ouvertes dans le questionnaire.

Dans l'ensemble, il est important de bien concevoir le questionnaire pour s'assurer que les questions sont claires et pertinentes pour les objectifs de l'enquête. Il est également important de tester le questionnaire avant de le distribuer pour s'assurer qu'il est compréhensible pour le public cible et qu'il produit des données fiables et valides.

2. Objectifs du questionnaire :

L'objectif du questionnaire est de collecter des données auprès d'un échantillon de la population cible pour répondre à une ou plusieurs questions de recherche spécifiques. Les données recueillies peuvent aider à identifier les besoins, les opinions, les demandes, les comportements et les attitudes du public cible par rapport à un sujet particulier.

Même si le questionnaire reste un outil d'investigation secondaire tel que l'affirment certains chercheurs-Puren Christian, Nathalie Auger et autres-, il contribue, en revanche, à apporter des éléments de réponse complémentaires à l'enquête. A cet effet, Les objectifs spécifiques du questionnaire dépendent des questions de recherche que l'enquête vise à résoudre. En guise d'exemples, notre questionnaire suppose les quelques objectifs ci-après :

- 1) Identifier et recenser les besoins des clients d'une entreprise pour améliorer ses produits et services,
- 2) Mesurer le niveau de satisfaction des employés envers leur environnement de travail,
- 3) Établir des plans de formation d'un public spécifique,
- 4) Collecter des données empiriques sur le public cible pour une étude de marché,
- 5) Elucider l'impact de la formation sur les attentes du public.

En résumé, l'objectif du questionnaire est de collecter des données fiables et pertinentes pour répondre à une question de recherche spécifique. Il est important de définir clairement les objectifs du questionnaire avant de concevoir et de distribuer l'enquête afin de garantir que les questions sont bien ciblées et que les données recueillies sont pertinentes pour la recherche. Cela veut dire que chaque item formulé doit impérativement émaner d'un objectif opérationnel concret.

Comme son titre l'indique, ce chapitre est réservé au traitement, à l'analyse et à l'interprétation de nos résultats de recherche obtenus au moyen de questionnaires distribués au public cible. Nous développerons des histogrammes et des tableaux pour résumer les réponses à chaque question. Nous analyserons ensuite chaque résultat pour le traitement des réponses.

L'utilisation d'histogrammes et de tableaux pour résumer les réponses à chaque question est une méthode courante pour organiser les données recueillies et en faciliter l'analyse. Ces graphiques peuvent aider à visualiser les tendances et les modèles dans les réponses, ce qui peut fournir des informations précieuses pour la prise de décision.

En ce qui concerne l'analyse des résultats, il est important de comprendre les implications des données et de les interpréter correctement. Il est important de se poser des questions telles que "Qu'est-ce que ces résultats signifient-ils?" ou "Quelles sont les implications pour notre organisation?" afin d'obtenir une compréhension complète des données recueillies.

Alors, il est important de noter que l'analyse et l'interprétation des résultats ne doivent pas être basées sur des préjugés ou des idées préconçues, mais plutôt sur une évaluation objective et impartiale des données recueillies.

3. Analyse des résultats recueillis

Question n°1 : Avez-vous déjà étudié le français ?

Oui Non

<i>Réponse</i>	<i>Oui</i>	<i>Non</i>
Nombre: /12	12	0
Pourcentage	100%	0%

Tableau n°1

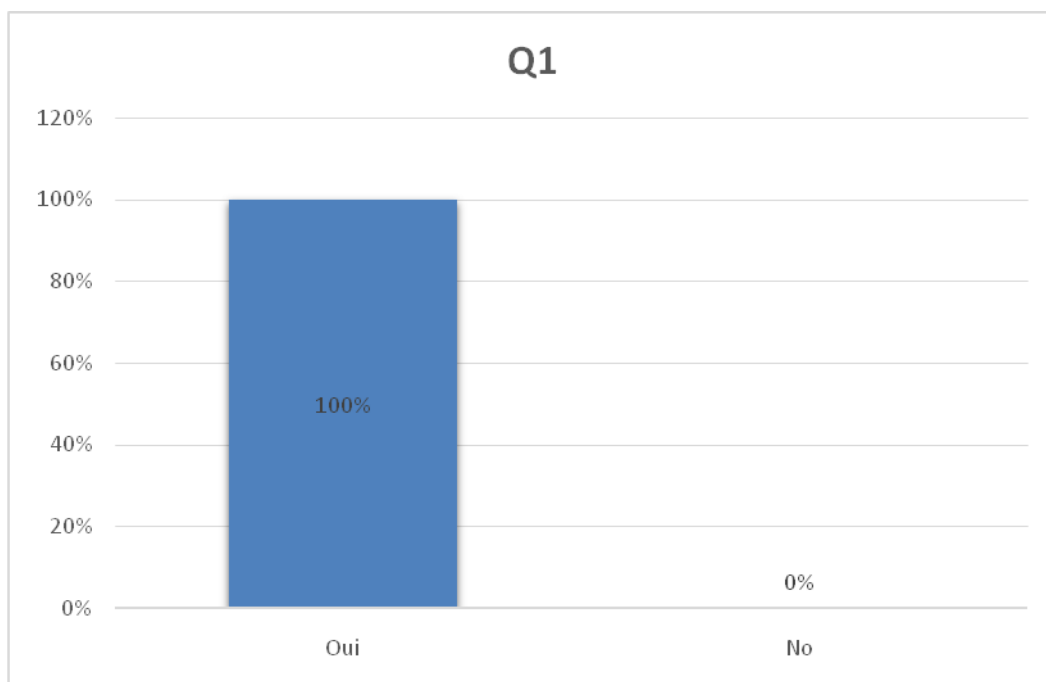


Figure 1

Commentaires et analyse des résultats :

Il paraît que la compétence linguistique en français des employés joue un rôle fonctionnel important au sein des établissements touristiques. En effet, il est nécessaire pour eux d'avoir acquis au moins une base de connaissances en français avant de commencer leur carrière professionnelle. Cette compétence leur permet de communiquer en français pour effectuer certaines tâches de leur travail. Ainsi, tous les employés possèdent une connaissance minimale en français qui leur est utile dans leur quotidien professionnel.

De plus, il est important de souligner que cette compétence linguistique en français est un élément clé pour assurer une bonne expérience client. En effet, dans le secteur touristique, la communication avec les clients est essentielle, et la maîtrise de la langue française peut faire la différence dans la satisfaction des clients et leur fidélisation.

Nous constatons que, la compétence linguistique en français des employés des établissements touristiques joue un rôle fonctionnel important, tant au niveau individuel que pour le bon fonctionnement de l'entreprise. Elle permet aux employés de communiquer efficacement avec les clients, d'effectuer certaines tâches de leur travail, et contribue ainsi à la satisfaction et à la fidélisation des clients.

Question n°2: Pendant combien d'années vous êtes dans le domaine du tourisme?

Entre 4 et 7 ans entre 8 et 12 ans entre 13 et 18 ans 20 ans et plus

Réponse	Entre 4 et 7 ans	entre 8 et 12 ans	entre 13 et 18 ans	20 ans et plus
Nombre: /12	3	3	4	2
Pourcentage	25%	25%	33%	17%

Tableau n°2

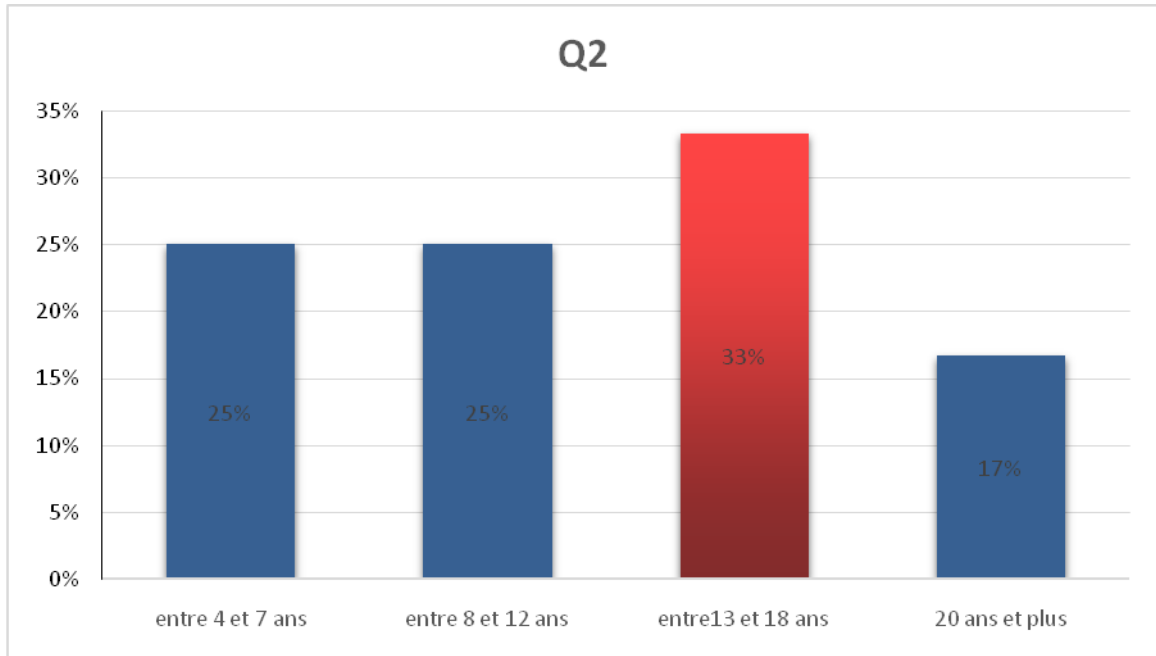


Figure 02

Commentaires et analyse des résultats 2:

D'après les analyses présentées dans le tableau, le pourcentage le plus élevé correspond à 33%, coïncide avec la catégorie de « 13 à 18 ans ». Cela suggère que les personnes interrogées ont estimé avoir acquis une expérience significative dans le secteur du tourisme pendant ces années.

Ensuite, il y a une similarité entre les catégories de « 4 à 7 ans » et de « 8 à 12 ans », avec un taux de 25% pour chacune de ces périodes. Cela indique que les personnes ont également estimé avoir une expérience notable dans le secteur du tourisme pendant ces années.

En revanche, la catégorie de « 20 ans et plus » présente le pourcentage le plus faible d'expérience dans le secteur du tourisme. Cela peut suggérer qu'au fil du temps les personnes interrogées ont accumulé moins d'expérience touristique ou qu'elles ont peut-être quitté ce domaine d'activité.

Question n°3: Employez-vous le français dans vos communications quotidiennes ?

Beaucoup souvent rarement jamais

<i>Réponse</i>	<i>Beaucoup</i>	<i>souvent</i>	<i>rarement</i>	<i>jamais</i>
Nombre: /12	2	6	4	0
Pourcentage	17%	50%	33%	0%

Tableau n°3

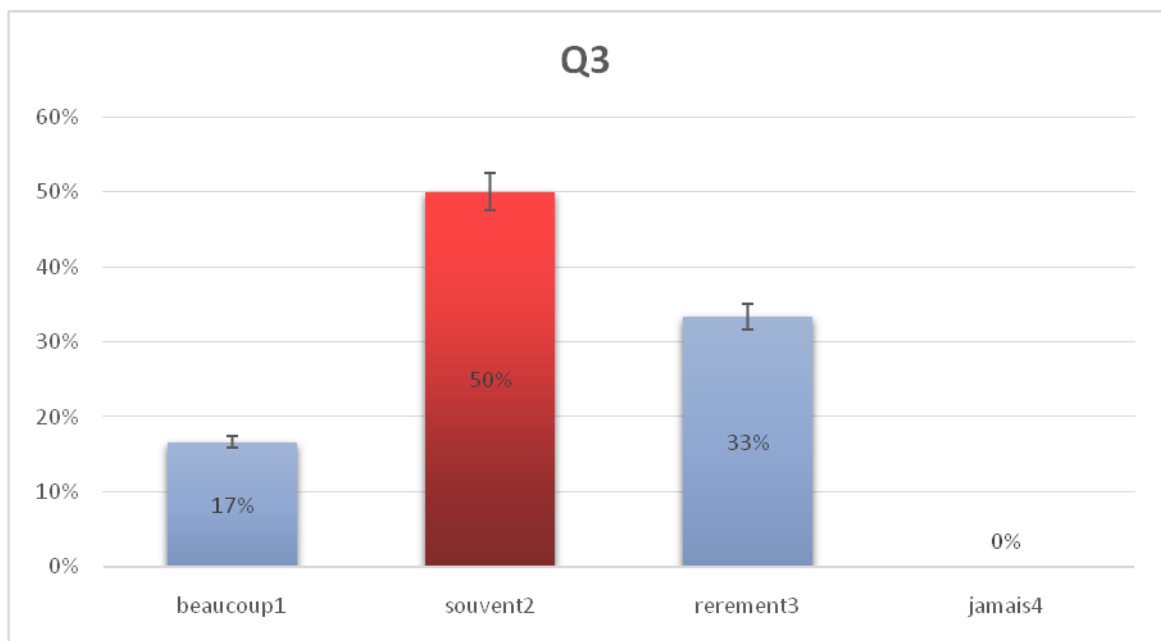


Figure 3

Commentaires et analyse des résultats 3:

Cette question vise à estimer l’usage du français par nos collaborateurs dans leur vie quotidienne. Selon les données fournies, 50% des employés pratiquent souvent le français, tandis que seulement 33% ne le pratiquent que rarement. Egalement, nous avons observé une corrélation entre le niveau de français des personnes interrogées dans la question précédente et leur utilisation fréquente ou rare de la langue. Les personnes ayant déclaré avoir étudié le français pour une

période limitée ont tendance à ne l'utiliser que rarement, tandis que celles qui estiment étudier le français pour une période longue l'utilisent souvent.

Les 17% restants utilisent fréquemment le français en raison de l'influence de leur entourage, qui les oblige à utiliser la langue française dans leur vie quotidienne ou dans le cadre de leur travail. Il est possible que ces personnes travaillent dans un environnement où le français est largement utilisé, ce qui les pousse à l'utiliser plus fréquemment pour pouvoir communiquer efficacement. Ces observations mettent en évidence l'importance de l'environnement sociolinguistique et du niveau de compétence en français dans l'utilisation fréquente ou rare de la langue par les employés.

Question n°4: le français à Ghardaïa est-il considéré telle une langue ?

Etrangère professionnelle seconde maternelle

<i>Réponse</i>	<i>Etrangère</i>	<i>professionnelle</i>	<i>seconde</i>	<i>maternelle</i>
Nombre /12	2	4	6	0
Pourcentage	17%	33%	50%	0%

Tableau n°4

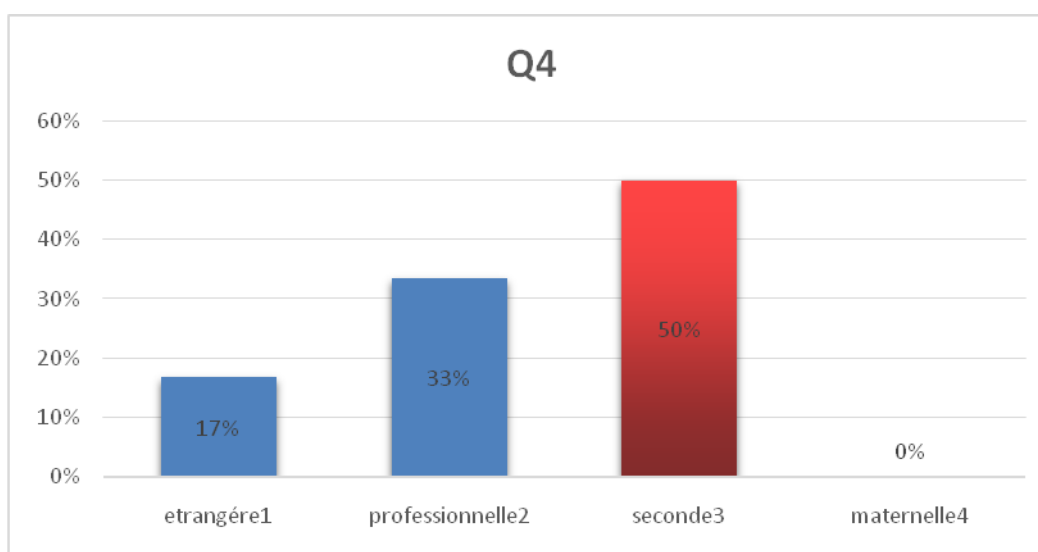


Figure 4

Commentaires et analyse des résultats 4:

Les statuts répertoriées sont "Étrangère", "Professionnelle", "Seconde" et "Maternelle". Voici une analyse des résultats :

Langue étrangère : 2 personnes sur 12, soit 17% du groupe, déclarent avoir le français comme langue étrangère. Langue professionnelle : 4 personnes sur 12, soit 33% du groupe. Langue seconde : 6 personnes sur 12, soit 50% du groupe. Langue maternelle : Aucune personne dans le groupe ne déclare avoir cette langue comme langue maternelle. Cela signifie que la langue maternelle du groupe est différente des langues répertoriées dans le tableau.

En résumé, les données indiquent que statut le plus couramment utilisée par le groupe est la langue seconde, suivie de la langue professionnelle. La langue étrangère est moins répandue, tandis que personne dans le groupe ne déclare avoir la langue répertoriée comme langue maternelle.

Question n°5: l'activité touristique à Ghardaïa, est-elle en pleine expansion ?.

Oui de mieux en mieux un peu très limitée

<i>Réponse</i>	<i>Oui</i>	<i>de mieux en mieux</i>	<i>un peu</i>	<i>très limitée</i>
Nombre /12	2	9	1	0
Pourcentage	17%	75%	8%	0%

Tableau n°5

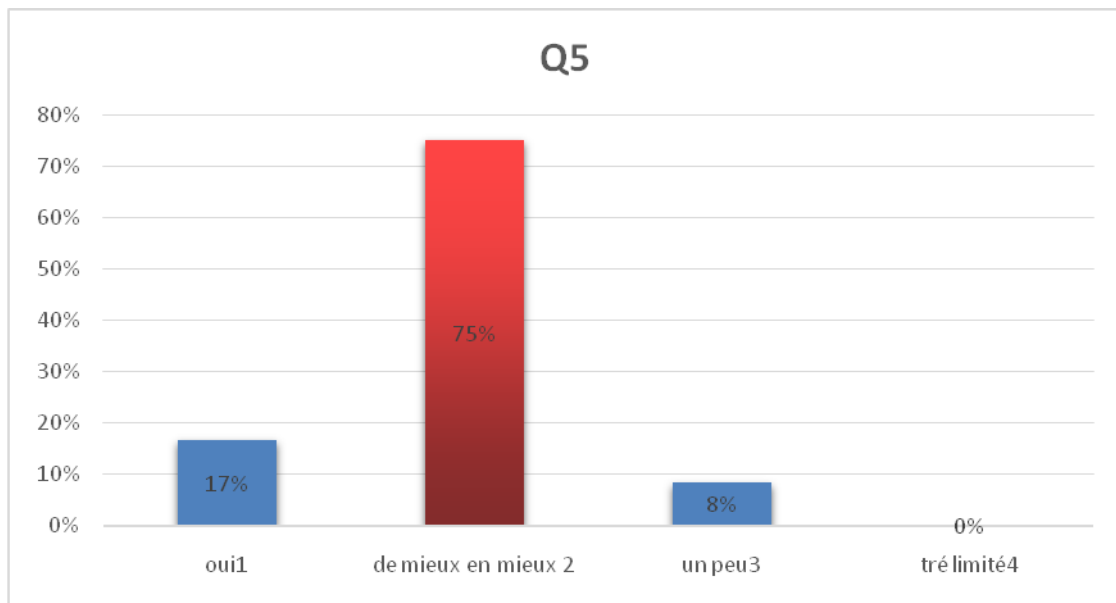


Figure 5

Commentaires et analyse des résultats 5:

Ces résultats confirment que le tourisme à Ghardaïa est en développement. En fait, l'histoire de cette ville reconnaît qu'elle constitue un endroit touristique qui attire les visiteurs du monde entier. Cela étant une bonne formation des personnels du tourisme participera au maintien et au développement du tourisme à Ghardaïa.

Question n°6: les touristes qui viennent découvrir Ghardaïa, sont-ils beaucoup plus de nationalité :

Française Italienne Britannique Américaine Russe

Autre(s)

Réponse	Française	Italienne	Britannique	Américaine	Russe	Autre(s)
Nombre /12	9	7	1	1	1	8
Pourcentage	75%	58%	8%	8%	8%	67%

Tableau n°6

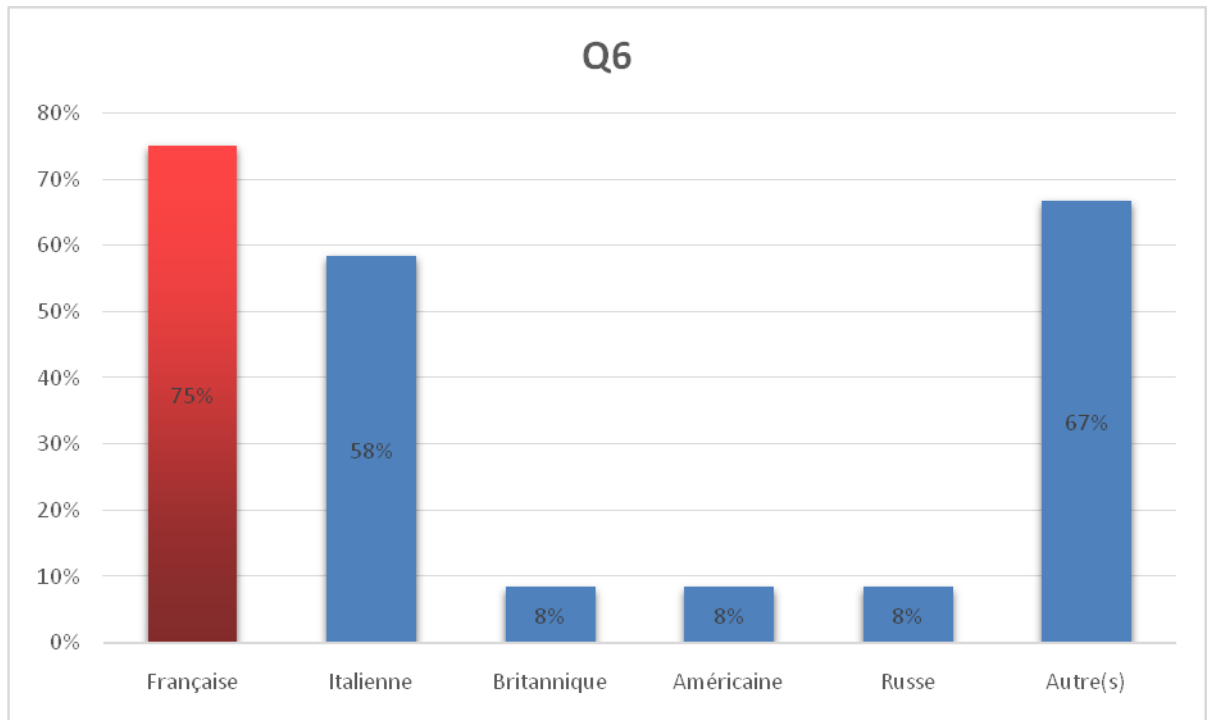


Figure 6

Commentaires et analyse des résultats 6:

D'après les données fournies dans le tableau :

Le pourcentage de touristes français est de 75% (9 personnes sur 12).

Le pourcentage de touristes italiens est de 58% (7 personnes sur 12).

Le pourcentage de touristes britanniques est de 8% (1 personne sur 12).

Le pourcentage de touristes américains est de 8% (1 personne sur 12).

Le pourcentage de touristes russes est de 8% (1 personne sur 12).

Le pourcentage de touristes d'autres nationalités non spécifiées est de 67% (8 personnes sur 12).

D'après ces résultats, la majorité des touristes qui viennent découvrir Ghardaïa sont de nationalité française, représentant 75% du groupe. Les touristes italiens représentent également une part significative avec 58%. En revanche, les touristes britanniques, américains et russes sont moins nombreux, chacun représentant seulement 8% du groupe. Il est également important de noter que

67% des touristes appartiennent à d'autres nationalités non spécifiées dans le tableau.

Ces résultats indiquent que Ghardaïa attire principalement des touristes français et italiens, avec une diversité de nationalités représentées parmi les autres touristes.

Cela confirme l'importance du français pour les guides touristiques de cette ville.

Question n°7: les agences touristiques à Ghardaïa, emploient-ils des guides touristiques en référence à leur(s) diplôme(s) ?

Généralement parfois rarement jamais

<i>Réponse</i>	<i>Généralement</i>	<i>parfois</i>	<i>rarement</i>	<i>jamais</i>
Nombre /12	1	6	5	0
Pourcentage	8%	50%	42%	0%

Tableau n°7

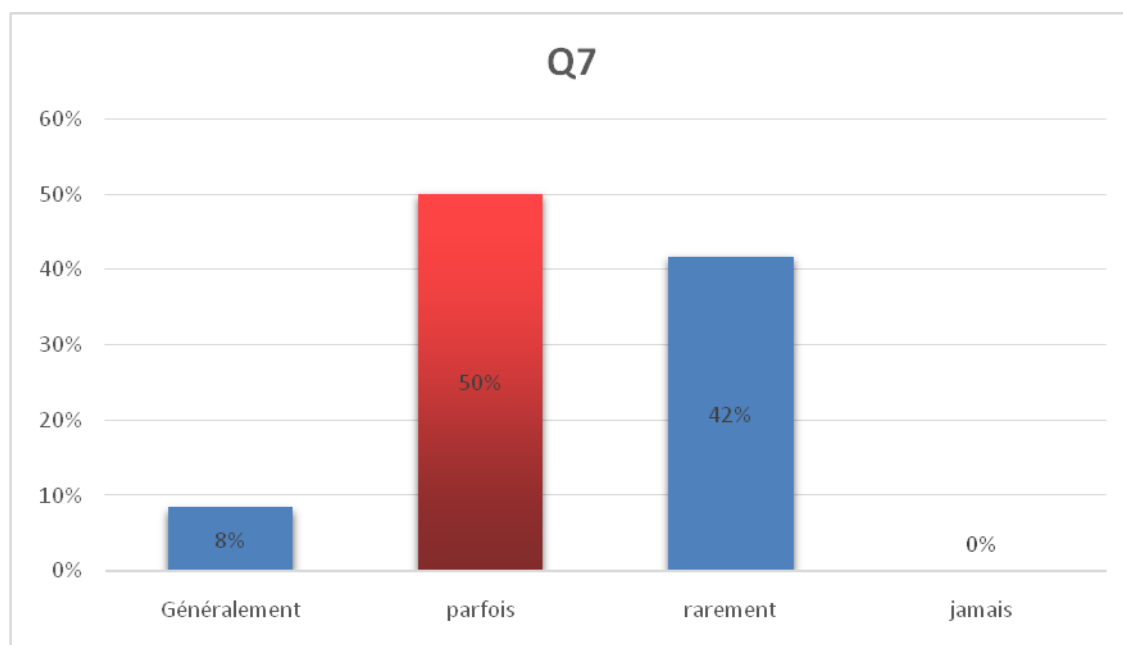


Figure 7

Commentaires et analyse des résultats 7:

D'après les données fournies dans le tableau :

Le pourcentage des agences touristiques à Ghardaïa qui emploient généralement des guides touristiques en référence à leur(s) diplôme(s) est de 8% (1 agence sur 12).

Le pourcentage des agences touristiques qui emploient parfois des guides touristiques en référence à leur(s) diplôme(s) est de 50% (6 agences sur 12).

Le pourcentage des agences touristiques qui emploient rarement des guides touristiques en référence à leur(s) diplôme(s) est de 42% (5 agences sur 12).

Aucune agence touristique parmi celles interrogées ne déclare ne jamais employer de guides touristiques en référence à leur(s) diplôme(s).

D'après ces résultats, il apparaît que la majorité des agences touristiques à Ghardaïa (50%) emploient parfois des guides touristiques en référence à leur(s) diplôme(s). Une petite proportion (8%) des agences le font généralement, tandis que 42% des agences le font rarement. Aucune agence touristique ne déclare ne jamais employer de guides touristiques en se référant à leur(s) diplôme(s).

Ces résultats indiquent qu'il existe une variabilité dans les pratiques des agences touristiques à Ghardaïa en ce qui concerne l'emploi de guides touristiques diplômés. La majorité des agences optent pour une approche occasionnelle, tandis que certaines agences ont une pratique plus régulière dans ce domaine.

Question n°8: les sortants du département de français de l'université de Ghardaïa, sont-ils facilement recrutés auprès des agences de tourisme ?

Tous les bons uniquement quelques-uns très peu nombreux

<i>Réponse</i>	<i>Tous</i>	<i>Les bons uniquement</i>	<i>quelques-uns</i>	<i>très peu nombreux</i>
Nombre /12	0	4	6	2
Pourcentage	0%	33%	50%	17%

Tableau n°8

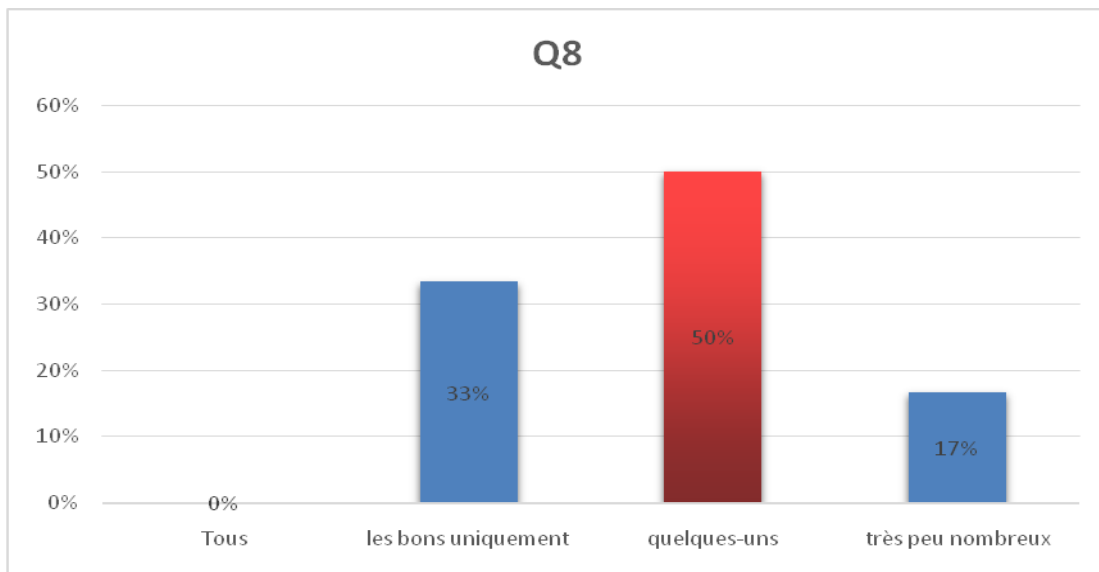


Figure 8

Commentaires et analyse des résultats 8:

D'après ces résultats, il apparaît que tous les sortants du département de français de l'université de Ghardaïa ne sont pas facilement recrutés par les agences de tourisme, avec un pourcentage de 0%. La majorité des sortants (50%) sont recrutés mais seulement quelques-uns, tandis que 33% des sortants sont recrutés uniquement s'ils sont considérés comme bons. Un pourcentage plus faible de 17% indique que très peu de sortants sont recrutés par les agences de tourisme.

Ces résultats suggèrent que le recrutement des sortants du département de français de l'université de Ghardaïa par les agences de tourisme n'est pas garanti pour tous. La compétence et la qualité des sortants jouent un rôle important dans leur employabilité, avec seulement quelques-uns ou les meilleurs étant recrutés, tandis que la majorité peut avoir des difficultés à trouver un emploi dans ce domaine.

De ces deux dernières questions nous reconfirmons la nécessité de la formation des employés de ces agences en matière de FLE.

Question n°9 : les agences de tourisme, recourent-elles à la formation au français du tourisme de leurs guides ?

Tout le temps parfois rarement nullement

<i>Réponse</i>	<i>Tout le temps</i>	<i>parfois</i>	<i>rarement</i>	<i>nullement</i>
Nombre /12	0	6	6	0
Pourcentage	0%	50%	50%	0%

Tableau n°9

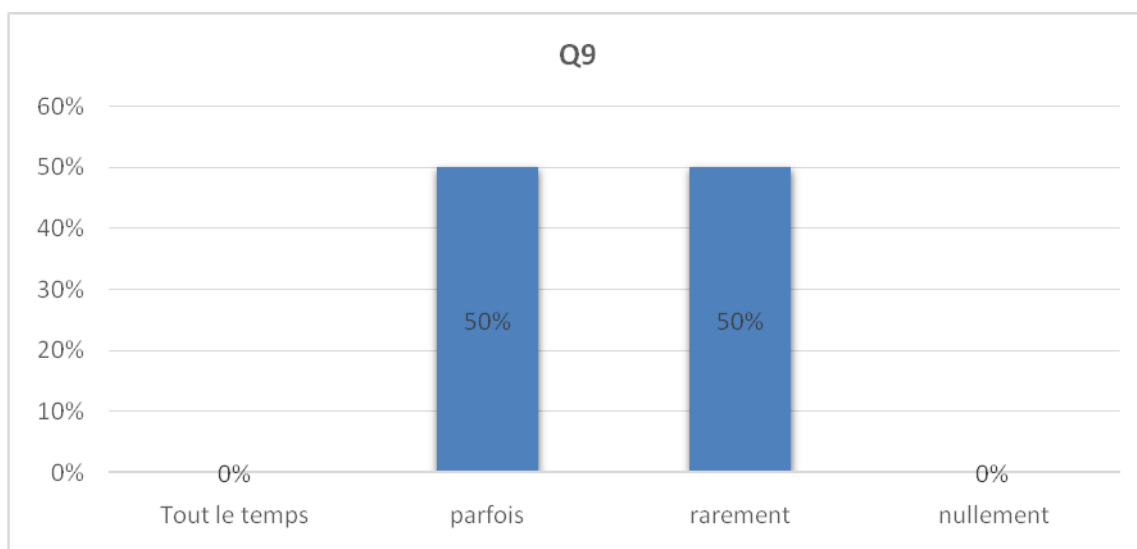


Figure 9

Commentaires et analyse des résultats 9:

En ce qui concerne cette question, nous notons que les pourcentages dans le tableau ci-dessous sont traduits comme suit :

Ces résultats indiquent qu'il y a une répartition équilibrée entre les agences qui utilisent parfois la formation au français du tourisme et celles qui l'utilisent rarement. Cependant, il est important de noter qu'aucune des agences interrogées ne déclare ne jamais recourir à cette formation, ce qui implique qu'elle est au moins utilisée de manière occasionnelle dans toutes les agences.

Cela suggère que la formation au français du tourisme n'est pas systématiquement utilisée par toutes les agences de tourisme, mais elle est présente dans une certaine mesure. Les agences peuvent choisir de l'utiliser occasionnellement ou rarement en fonction de leurs besoins spécifiques.

Donc il n'y a pas de consensus clair parmi les agences de tourisme concernant l'utilisation de la formation au français du tourisme pour leurs guides. Cela dépend des pratiques et des priorités de chaque agence individuelle.

Toutefois, nous insistons encore sur la nécessité de la formation en français de tourisme.

Question n°10 : Trouvez-vous intéressant d'avoir des cours de français de votre spécialité?

Oui Non

Réponse	Oui	Non
Nombre /12	12	0
Pourcentage	100%	0%

Tableau n°10

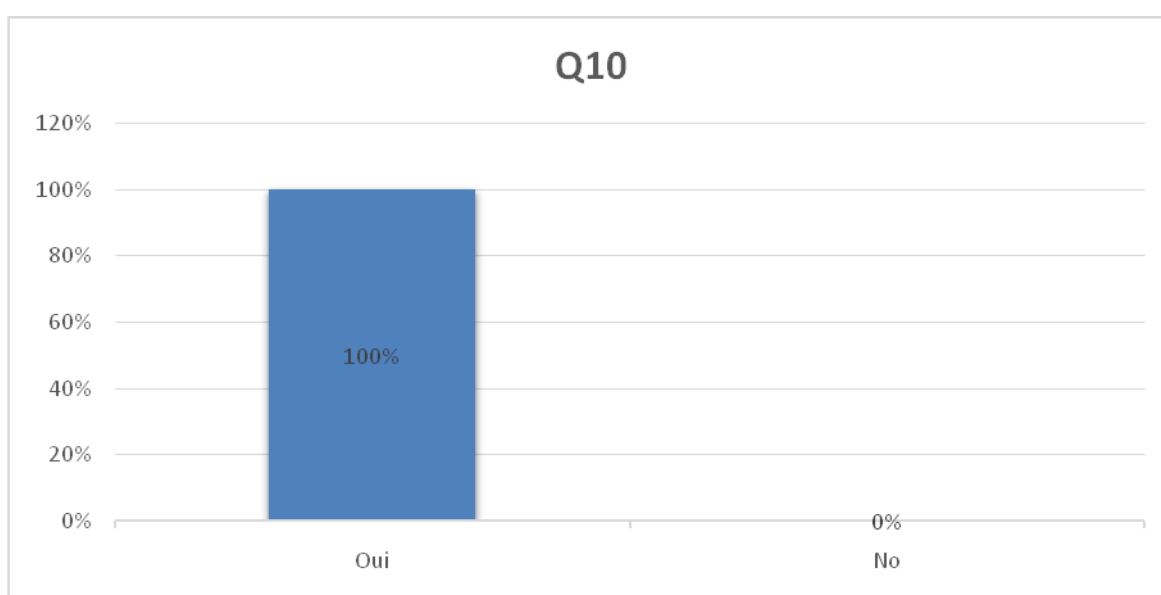


Figure 10

Commentaires et analyse des résultats 10:

Le tableau ci-dessus montre que 100% des personnes interrogées trouvent intéressant d'avoir des cours de français dans leur spécialité. Cela réconforte bel et bien nos déductions précédentes.

De plus, ce résultat suggère que les personnels du tourisme reconnaissent la valeur et l'utilité d'apprendre le français dans le contexte de leur spécialité. Ils considèrent que cela peut être bénéfique pour leur développement professionnel et leur permettre de mieux maîtriser le domaine dans lequel ils évoluent.

Question n°11 : A quelle compétence avez-vous recours le plus souvent au travail ? . L'écrit L'oral

<i>Réponse</i>	<i>L'écrit</i>	<i>L'oral</i>	<i>Les deux</i>
Nombre /12	1	6	5
Pourcentage	8%	50%	42%

Tableau n°11

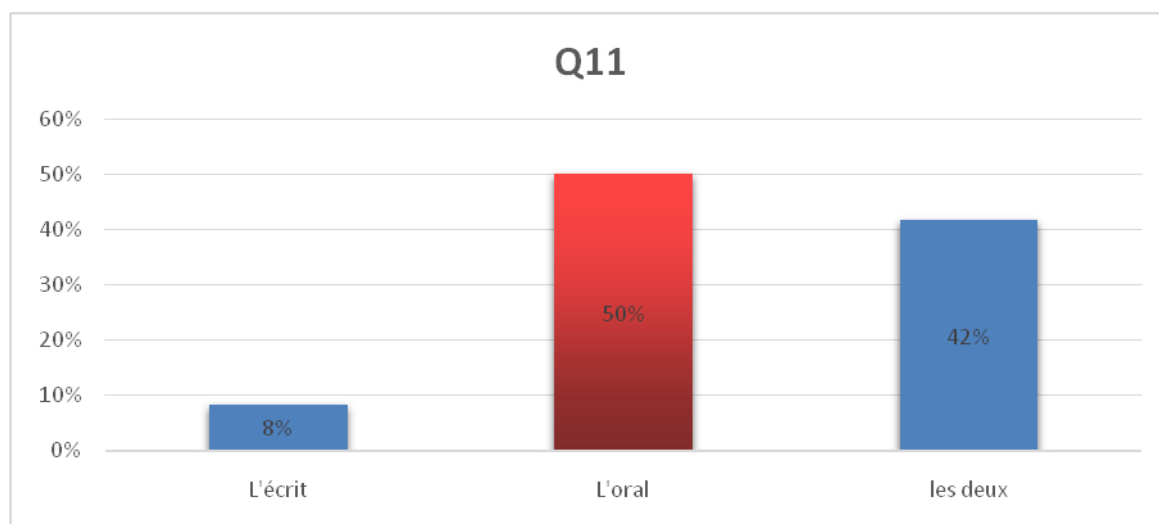


Figure 11

Commentaires et analyse des résultats 11:

Ces résultats indiquent que la compétence orale est plus fréquemment utilisée au travail que la compétence écrite. La moitié des personnes interrogées

déclarent avoir principalement recours à l'oral, ce qui suggère que la communication verbale joue un rôle important dans leurs activités professionnelles. Cependant, une partie significative des personnes utilise également les deux compétences (écrit et oral) de manière équilibrée.

Il est important de noter que seulement 8% des personnes interrogées ont déclaré avoir principalement recours à la compétence écrite, ce qui pourrait indiquer que dans leur domaine professionnel spécifique, la communication orale est plus prédominante.

Bref, la majorité des personnes interrogées ont principalement recours à la compétence orale dans leur travail, tandis qu'une partie utilise à la fois l'écrit et l'oral de manière équilibrée.

Question n°12: Si on vous offre une formation professionnelle en français, que cherchiez-vous à apprendre? Enumérez vos besoins (vous pouvez choisir plus d'une réponse)

Besoin	La terminologie spécifique à votre	Comprendre des discussions professionnelles en français	Arriver à communiquer oralement en français de votre spécialité	Comprendre les documents écrits en français de votre spécialité	Arriver à rédiger des lettres, des e-mails, des fiches techniques, des comptes-rendus en français de votre spécialité	Interagir avec des touristes français
Nombre /12	12	7	9	6	3	9
Pourcentage	100%	58%	75%	50%	25%	75%

Tableau n°12

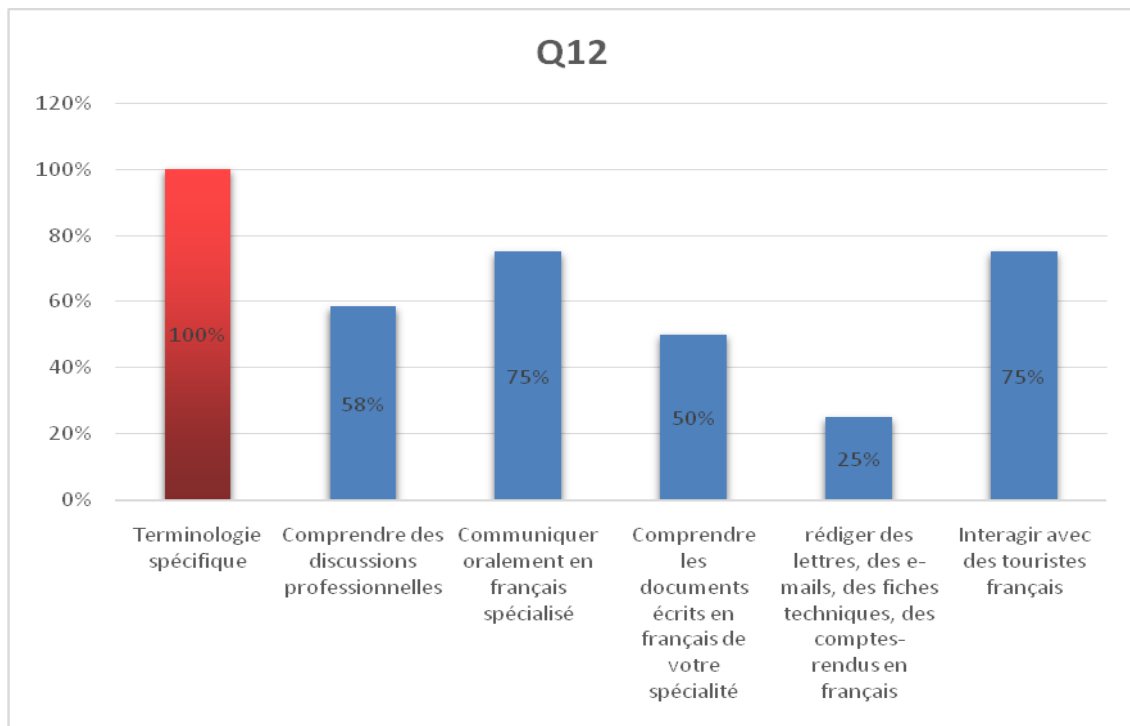


Figure 12

Commentaires et analyse des résultats 12:

Ces résultats soulignent l'importance de développer des compétences spécifiques en français dans un contexte professionnel. Les professionnels ont clairement exprimé leurs besoins en termes de compréhension et de communication orale, ainsi que de compréhension des documents écrits liés à leur spécialité. Ils souhaitent également être en mesure de rédiger des documents professionnels et d'interagir avec des touristes français.

Pour répondre à ces attentes, il serait bénéfique de proposer des formations professionnelles en français axées sur ces besoins spécifiques. Ces formations pourraient inclure des activités de compréhension orale basées sur des discussions professionnelles, des exercices de communication orale ciblant des situations de travail spécifiques, des sessions de lecture et de compréhension de documents professionnels, ainsi que des exercices de rédaction de lettres, d'e-mails et d'autres documents professionnels. En outre, des modules de formation axés sur l'interaction avec des touristes français pourraient également être proposés.

Il est essentiel de concevoir ces formations de manière à ce qu'elles soient adaptées aux besoins et aux domaines d'expertise des professionnels. En fournissant une formation professionnelle ciblée et pertinente, les professionnels pourront développer leurs compétences en français et les appliquer efficacement dans leur environnement de travail.

Question n°13: À Ghardaïa, les organismes qui assurent des formation(s) sur objectifs spécifiques sont-ils :

Nombreux très peu nombreux inexistants

Réponse	Nombreux	très peu nombreux	inexistants
Nombre /12	4	7	1
Pourcentage	33%	58%	8%

Tableau n°13

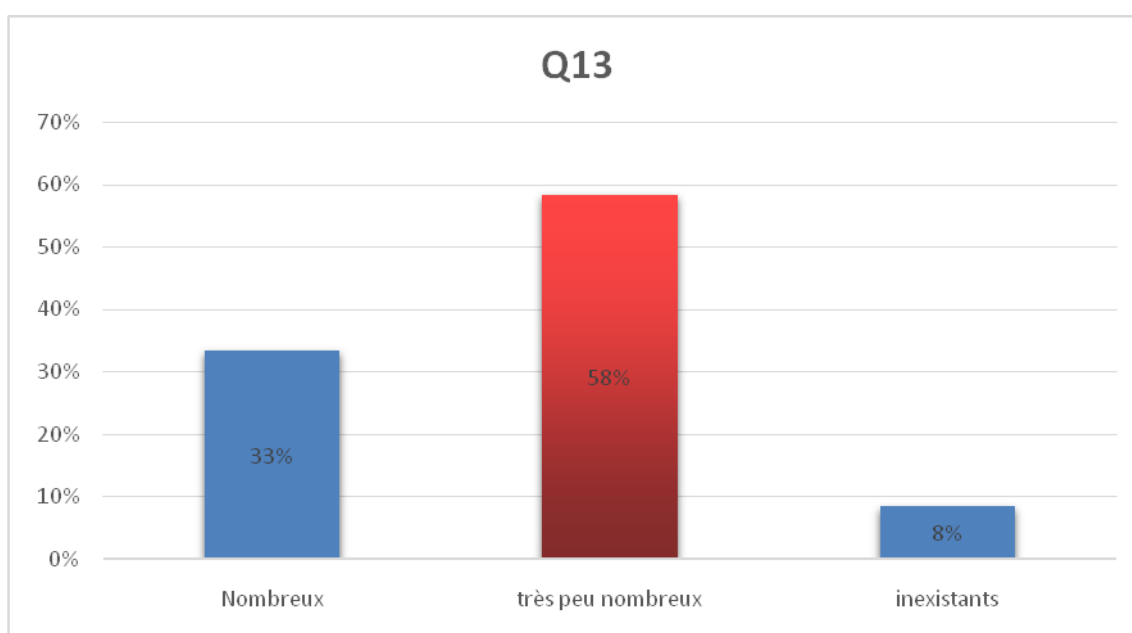


Figure 13

Commentaires et analyse des résultats 13:

D'après cela les organismes qui assurent des formations sur objectifs spécifiques à Ghardaïa sont très peu nombreux, avec un pourcentage de 58%. Toutefois, les organismes dont cette formation est inexistante sont très

minoritaires, ils ne représentant que 8%. Cela suggère qu'il peut y avoir un manque d'offre de formations ciblées dans cette région.

En revanche, 33% des répondants indiquent qu'il existe un nombre considérable d'organismes proposant de telles formations. Cela suggère qu'il y a tout de même une présence notable d'offres de formation sur objectifs spécifiques à Ghardaïa.

Seulement 8% des répondants déclarent que de tels organismes sont inexistant à Ghardaïa. Cela indique qu'il existe au moins quelques options de formation dans la région, bien que leur nombre soit limité.

Question n°14: Vous préférez que votre formation au français du tourisme se base sur :

Activités de simulation de répétition d'imitation de jeux de rôles

<i>Réponse</i>	<i>Activités de simulation</i>	<i>de répétition</i>	<i>d'imitation</i>	<i>de jeux de rôles</i>
Nombre /12	9	4	1	0
Pourcentage	75%	33%	8%	0%

Tableau n°14

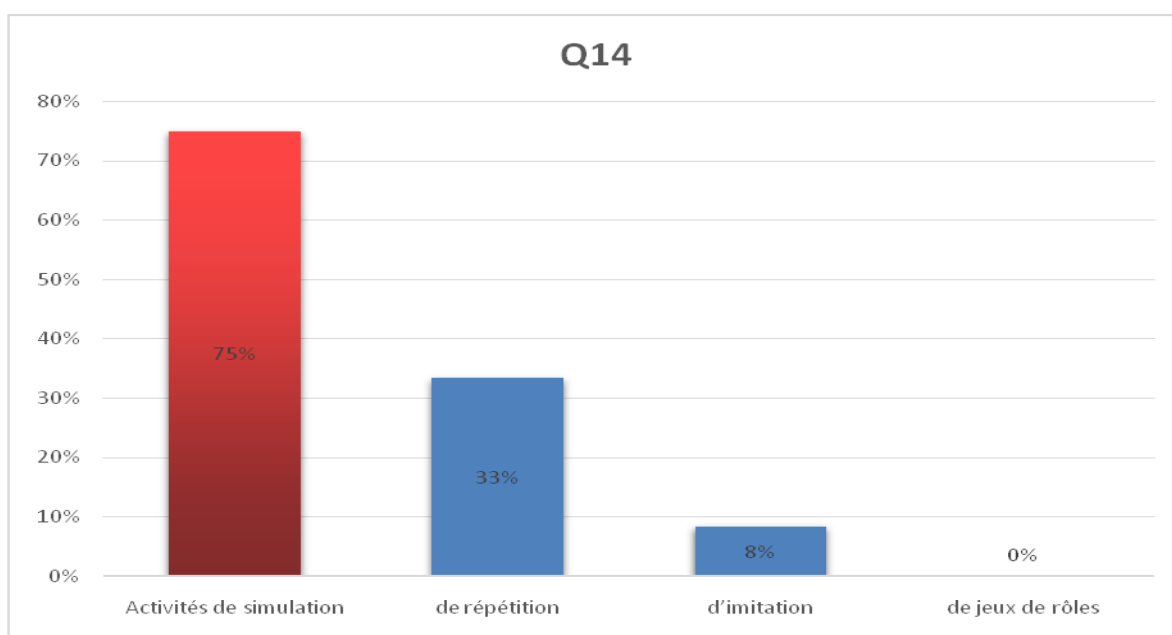


Figure 14

Commentaires et analyse des résultats 14:

Selon les résultats fournis, les préférences des personnes interrogées pour leur formation en français du tourisme sont les suivantes :

Activités de simulation : Cette approche a été préférée par 9 personnes, ce qui représente 75% des réponses. Les activités de simulation consistent à recréer des situations réelles rencontrées dans le domaine du tourisme, permettant ainsi aux apprenants de mettre en pratique leurs compétences linguistiques dans un contexte authentique. Cette méthode offre une immersion virtuelle dans des scénarios touristiques et favorise l'apprentissage actif, la prise de décision et la communication pratique. Les participants ont donc exprimé un fort intérêt pour cette approche interactive et réaliste.

Répétition : 4 personnes ont indiqué préférer cette approche, ce qui représente 33% des réponses. La répétition consiste à pratiquer régulièrement des dialogues, des phrases et des expressions liés au tourisme. Les apprenants répètent et mémorisent les structures linguistiques spécifiques, ce qui renforce leur maîtrise de la langue. Bien que cette approche puisse sembler plus traditionnelle, elle offre une base solide pour l'apprentissage et la consolidation des compétences linguistiques.

Imitation : 01 personne a indiqué préférer cette approche, ce qui représente 8% des réponses. L'imitation consiste à reproduire les modèles linguistiques donnés par un formateur ou un matériel d'apprentissage. Les apprenants écoutent et répètent les phrases, les prononciations et les intonations pour améliorer leur compétence orale. Bien que cette approche puisse être utile pour améliorer la prononciation et l'accent, elle semble être moins populaire parmi les participants.

Jeux de rôles : Aucune personne n'a indiqué préférer cette approche, ce qui représente 0% des réponses. Les jeux de rôles impliquent des mises en situation où les apprenants jouent des rôles spécifiques dans des scénarios touristiques. Cela leur permet de développer leurs compétences linguistiques tout en

pratiquant des interactions réelles. Cependant, cette approche n'a pas suscité beaucoup d'intérêt parmi les participants interrogés.

En résumé, les résultats indiquent une nette préférence pour les activités de simulation, suivies de la répétition, tandis que l'imitation et les jeux de rôles ont été moins appréciés. Il est important de noter que ces préférences peuvent varier d'une personne à l'autre en fonction de leurs styles d'apprentissage et de leurs préférences individuelles.

Question n°16: Si vous avez eu l'occasion de vous former en FOS, pensez-vous que cette (ces) formation(s) a (ont) répondu à vos attentes :

Globalement moyennement un peu pas du tout

Réponse	Globalement	moyennement	un peu	pas du tout
Nombre /12	9	1	1	1
Pourcentage	75%	8%	8%	8%

Tableau 16

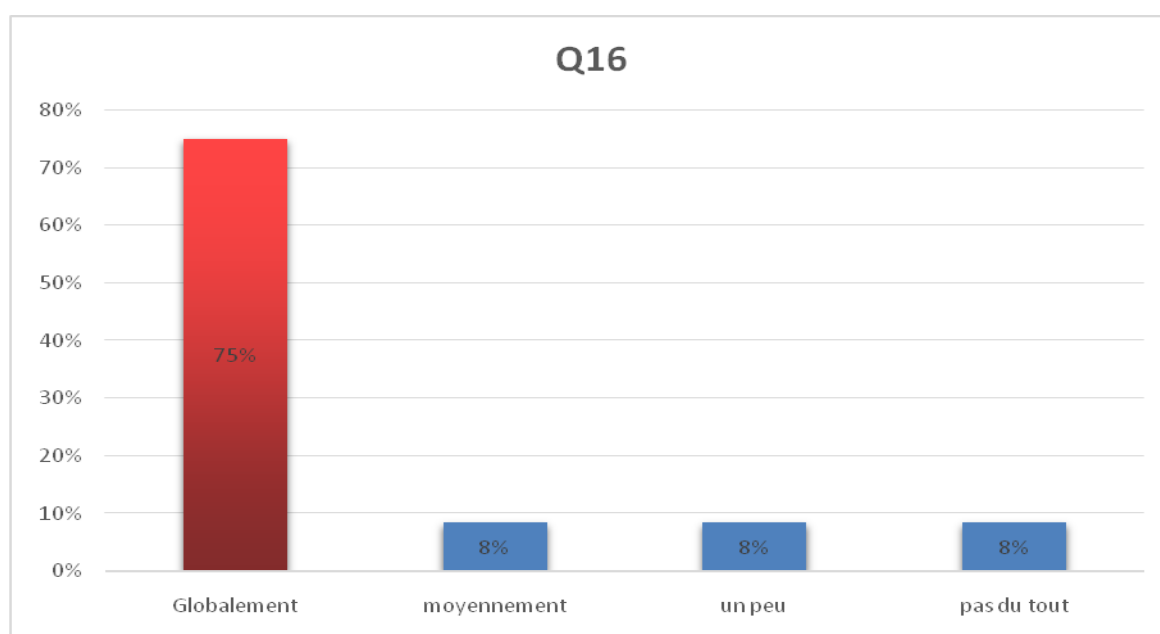


Figure 16

Commentaires et analyse des résultats 16:

D'après les réponses fournies, voici une analyse des résultats concernant la satisfaction vis-à-vis de la formation en Français sur Objectif Spécifique (FOS) :

Ces résultats indiquent une majorité de répondants (75%) qui sont globalement satisfaits de leur formation en FOS. Cependant, il y a aussi une petite proportion de répondants (8% chacun) qui sont moyennement ou peu satisfaits de leur formation. De plus, une personne (8%) est totalement insatisfaite de sa formation en FOS.

Il convient de noter que ces résultats sont basés sur un échantillon limité et qu'il serait nécessaire d'obtenir davantage de réponses pour obtenir une image plus complète de la satisfaction des personnes formées en FOS.

4. Synthèse :

D'après les résultats de notre enquête menée auprès du personnel administratif des entreprises touristiques, nous avons pu confirmer nos hypothèses initiales concernant les compétences linguistiques que notre public cherche à développer pour améliorer son perfectionnement professionnel. Nous avons pu évaluer le niveau réel de maîtrise de la langue française et identifier les difficultés auxquelles ces utilisateurs sont confrontés dans leur travail liées, notamment, à l'utilisation de cette langue. Cela nous permettra ensuite d'analyser leurs besoins linguistiques et pragmatiques.

À la lumière des résultats obtenus, les premières questions ont révélé que la majorité des professionnels ont un bon niveau de français et l'utilisent régulièrement dans leur vie quotidienne, ce qui a eu une influence positive sur leur niveau de compétence. Cependant, nous avons remarqué qu'ils n'ont pas suivi de formation spécifique relative au Français sur Objectifs Spécifiques (FOS) auparavant, ce qui confirme qu'ils ont un manque de vocabulaire spécifique à leur domaine. Ces professionnels n'étaient pas préparés aux différentes situations de communication auxquelles ils sont confrontés dans leur métier. Par conséquent, ils se trouvent dans l'obligation de développer leurs compétences linguistiques pour réussir leur carrière professionnelle.

Au sein de ce personnel, la langue française est la plus utilisée au travail, en particulier dans les travaux écrits où ils emploient des termes spécifiques à leur spécialité.

D'autre part, la majorité de ces professionnels ne rencontrent pas de difficultés en ce qui concerne la compréhension, que ce soit à l'écrit ou à l'oral, grâce à leur bon niveau de français. Ils parviennent à comprendre des documents écrits malgré l'absence de vocabulaire spécifique à leur domaine et ils sont également capables de comprendre aisément un discours oral. En revanche, leur problème majeur réside dans la compétence de production, que ce soit pour rédiger des documents utilisant le français du tourisme ou pour s'exprimer oralement en utilisant la terminologie spécifique à leur spécialité. Cette lacune est due à un manque de connaissances du personnel dans leur domaine de spécialité plutôt qu'à une maîtrise insuffisante du français. Pour eux, la compétence de production écrite, en premier lieu, ainsi que la production orale, sont des besoins linguistiques qu'ils cherchent à satisfaire.

En revanche, la compétence orale est un besoin urgent du moment où tous les guides touristiques usent de l'oral dans leurs missions professionnelles.

À ce titre, il est essentiel pour les professionnels du tourisme de reconnaître l'importance de maîtriser la langue française dans leur domaine d'activité. Ils sont conscients que l'amélioration de leurs compétences linguistiques spécifiques à leur spécialité est essentielle pour leur développement professionnel. En recherchant des cours spécialisés de français dans le tourisme, ils démontrent leur volonté de répondre à leurs besoins linguistiques.

Dans ce contexte, une formation de Français sur Objectifs Spécifiques (FOS) qui se concentre principalement sur l'analyse des besoins linguistiques de ces professionnels serait la meilleure solution pour combler leurs lacunes et répondre à leurs besoins réels. Une approche basée sur l'analyse des besoins langagiers permettrait de concevoir un programme de formation adapté, axé sur les compétences linguistiques spécifiques requises dans le domaine du tourisme.

Cette formation de FOS dans le tourisme pourrait inclure des modules spécialisés tels que la communication avec les clients (communication professionnelle), la gestion des situations de voyage, l'accueil des visiteurs, la promotion des destinations touristiques, etc. Les cours pourraient se concentrer sur l'acquisition de vocabulaire spécifique, la pratique de dialogues et de situations réelles, ainsi que sur la compréhension de textes et de documents liés au secteur touristique.

En adaptant la formation aux besoins réels des professionnels du tourisme, ils pourraient acquérir les compétences linguistiques nécessaires pour fournir un service de qualité et répondre aux attentes des clients francophones. Une telle formation contribuerait également à leur perfectionnement professionnel en augmentant leur employabilité et leurs opportunités de carrière.

Donc, il est crucial pour les professionnels du tourisme de reconnaître l'importance de la maîtrise du français dans leur domaine. Une formation de FOS basée sur l'analyse des besoins linguistiques spécifiques à leur spécialité serait la meilleure solution pour remédier à leurs lacunes et répondre à leurs besoins réels en termes de compétences linguistiques.

5. Modèle de fiche pédagogie sur le FOS tourisme

Fiche n° 1 Élaborer un circuit de visite guidée

Cette fiche a pour but de montrer qu'il est possible de travailler une technique professionnelle, de placer l'apprenant face à la réalisation d'une tâche professionnelle spécialisée.

Titre de l'activité : Guides Touristique

Public : étudiants en tourisme (option guides)

Nature du support : Texte écrit

Titre du document : Visites de METLILI CHAANBA

Type de texte : informatif

Objectifs :

- Développer les compétences en écriture dans le domaine du tourisme
- Utiliser un vocabulaire approprié et des expressions idiomatiques liées au tourisme
- Structurer un guide touristique de manière claire et cohérente
- Renforcer la capacité à fournir des informations pertinentes et attrayantes
- Linguistiques : réemploi des prépositions de lieu, des verbes de mouvement.
- Opérationnels : élaborer un circuit touristique pour une visite guidée - élaborer le cadre technique de la visite.

Pré-requis : expression de la localisation (indiquer un itinéraire, situer un lieu).

CIRCUIT N° 1 : VISITE La ville de METLILI CHANNBA

Le texte :

Bienvenue à Metlili Chaamba : Une destination unique au cœur du Sahara

Le désert est considéré comme le premier Qibla parmi les déserts du monde en général et d'Afrique en particulier, et le préféré des touristes étrangers de plusieurs pays de tous les coins du globe, en raison de sa beauté à couper le souffle et de la splendeur des oasis, des lacs, des sources, montagnes et (dunes de sable doré) .. surtout la propriété de calme et de tranquillité

Parmi ceux qui sont célèbres pour ses granges diverses et variées avec des dessins et des inscriptions en pierre, qu'elles soient anciennes ou nouvellement découvertes, montrant son histoire dans ses différentes étapes antiques qui atteignent l'âge de pierre et sa série de montagnes colorées qui volent les yeux et fascinent les esprits. De plus, certaines régions et régions ont les plus beaux levers et couchers de soleil, comme confirmé et approuvé par l'Organisation mondiale de l'UNESCO.

Parmi ce qui est célèbre pour le grand désert algérien se trouvent de nombreux lieux et sites touristiques et récréatifs, parmi lesquels figurent ces zones, comme la zone du réseau, qui est située à Metlili chaanba dans l'état de Ghardaïa, qui est riche de la culture de l'urbanisation, reconstruction et histoire, malgré la rudesse de la région et la difficulté d'y vivre et de s'y adapter, mais elle est passée d'un désert aride à une oasis Un parc, une grange, etc... Toutes ces possibilités, ces moyens, ces sites stratégiques et des espaces naturels qualifient la région pour être un pôle d'avenir et une destination touristique privilégiée parmi les plus grands lieux touristiques du continent et du monde. Un tourisme complet, diversifié et pluridisciplinaire : Metlili channba est l'une des 13 communes et l'un des

09 arrondissements de l'Etat de Ghardaïa, le joyau des oasis du sud algérien, l'une des anciennes communes ancrées dans les profondeurs de l'histoire. Il se trouve à 45 km du siège de l'État de Ghardaïa et à 645 km d'Alger. Metlili El Chaanba est l'une des anciennes communes en termes d'origine, de structure démographique et urbaine, de la région historique et archéologique, où elle était affiliée avant cette date à un certain nombre d'autorités administratives, dont l'emploi de l'Oasis de Manea, Ouargla, Laghouat , avant qu'elle ne devienne indépendante d'eux et ne devienne l'une des communes de l'état algérien de Ghardaïa après la partition administrative pour l'année 1984 et occupe une superficie de 7300 km². Metlili se caractérise par un climat désertique sec, chaud en été avec peu de pluie et froid en hiver.. Sur cette base, il s'appuyait sur les eaux souterraines des puits et des réservoirs d'eau créés à travers son vaste désert, connu localement sous le nom d'Al-Jabbab, puisque le personnage de la région est agricole et complémentaire au caractère pastoral en premier lieu en plus de l'activité commerciale artisanale et Le professionnalisme qui caractérisait la région à son époque antérieure, comme le confirment les écrits et les témoignages, et ce que racontent les livres d'histoire l'année 1826 AD à nos jours.

En plus de ce qui a été mentionné, la vie professionnelle s'est développée dans quelques industries traditionnelles et de simples unités de production qui contribuent pour une part modeste à l'économie de la région, qui n'ont pas reçu la résonance requise et ont négligé la plupart d'entre elles et n'ont pas encore porté leurs fruits. ni les objectifs recherchés Selon les indicateurs, les normes et les normes requises dans le secteur, étant donné que la région en général et la commune en particulier est riche en monuments archéologiques anciens, qui n'ont pas reçu leur droit d'étude, de suivi, rechercher, creuser et prêter attention à son histoire révolutionnaire, qui est pleine de championnats, de révolutions populaires et de batailles de guerre il y a des siècles, car elle est fixe et certaine. Si bien que Metlili fait partie intégrante du Sahara algérien, le Sahara, qui est considéré comme le deuxième plus grand désert du monde car il couvre une superficie de plus de 80% de la superficie totale de l'Algérie. Le désert de Metlili dans l'état de Ghardaïa en Algérie est célèbre pour ses nombreuses primes et trésors, parmi lesquels on citera, par exemple, mais sans s'y limiter : les oasis, les dunes de sable de race, les montagnes, les sources d'eau, les inscriptions et fossiles, les palais, et les animaux. Certains animaux que nous ne trouvons pas dans d'autres endroits et régions comme le cerf et le funk. La zone de Metlili regorge d'oasis de palmiers et de vergers.. Elle traverse des zones de transit, de repos, de loisirs et d'écurie pendant des périodes dont les plus célèbres sont les oasis de Gheris et de Hassi Ben Hamouda, les oasis

fouillées de Raneb, Daït Aisha, Tlilet al-Hamra et Qufafa, Umm Asdira, Rizkun, etc.

Hadj bammoun Nour eddin –Metlili chaamba; strasbourg

Texte 2

Située dans la région du Ghardaia , au sud-ouest de l'Algérie, la ville de Metlili Chaamba est un véritable trésor caché au milieu du vaste désert du Sahara. Cette charmante oasis offre aux visiteurs une expérience authentique et dépaysante, entre paysages spectaculaires, traditions ancestrales et hospitalité chaleureuse.

En explorant Metlili Chaamba, vous serez émerveillé par la beauté de ses oasis verdoyantes, nichées au milieu des dunes de sable doré. Ces oasis luxuriantes offrent un contraste saisissant avec le paysage aride qui les entoure, créant ainsi un havre de fraîcheur et de tranquillité. Vous pourrez vous promener le long des palmeraies, admirer les jardins luxuriants et vous rafraîchir dans les sources naturelles qui jaillissent de la terre.

La richesse culturelle de Metlili Chaamba ne manquera pas de vous fasciner. La ville est habitée par la tribu arabe hijazi des Chaamba, connue pour sa tradition nomade séculaire. Les habitants perpétuent fièrement leur patrimoine à travers des danses folkloriques envoûtantes, des coutumes traditionnelles et une cuisine délicieuse. Ne manquez pas l'opportunité de déguster des plats locaux tels que le couscous, le méchoui et les pâtisseries traditionnelles, qui raviront vos papilles avec leurs saveurs uniques.

Les activités à Metlili Chaamba sont variées et passionnantes. Les amateurs de plein air seront comblés par les excursions en 4x4 à travers le désert, les randonnées à dos de dromadaire et les excursions guidées pour découvrir les sites naturels exceptionnels de la région, tels que les Gorges de Metlili et le Plateau du Tassili. Les passionnés d'histoire et de culture auront également l'occasion de visiter les ksour (villages fortifiés), les musées locaux et d'explorer les sites archéologiques qui témoignent du riche passé de la région.

Pour votre hébergement, Metlili Chaamba propose une gamme d'options adaptées à tous les budgets. Vous pourrez choisir de séjourner dans des hôtels confortables, des gîtes traditionnels ou même de vivre une expérience unique en optant pour un campement nomade au cœur du désert, où vous pourrez contempler un ciel étoilé à couper le souffle.

Que vous soyez un passionné d'aventure, un amoureux de la nature ou un explorateur culturel, Metlili Chaamba vous promet des souvenirs inoubliables. Venez découvrir la magie du Sahara et laissez-vous séduire par l'authenticité et l'hospitalité de cette ville fascinante.

Planifiez dès maintenant votre voyage à Metlili Chaamba et préparez-vous à vivre une expérience unique, où le désert rencontre l'oasis et où les traditions ancestrales se mêlent à la beauté naturelle.

NOUR EL HOUDDA RECIOUI la ville metlili chaamba

Activité 1 : Indiquer un itinéraire

À l'aide du plan de la ville de metlili chaamba, retrouvez l'itinéraire indiqué par ce circuit. Donnez-le à l'oral.

Cette activité permet de réinvestir le travail sur le savoir-faire « localiser » qui a été étudié dans la phase précédente du programme. Elle sert aussi comme activité de compréhension du texte.

Activité 2: Présenter un circuit

Cet exercice a deux objectifs : le travail de la syntaxe et le réemploi du futur et le passage d'un texte de présentation écrite (phrases infinitives et nominales) au discours de présentation orale à un touriste avec des phrases complètes, utilisation du « vous » (technique publicitaire qui rend le client-cible acteur de l'événement).

Le circuit est écrit avec des verbes à l'infinitif ou avec des phrases sans verbe. Vous devez le présenter à un touriste : réécrivez-le en faisant des phrases avec les verbes proposés ci-dessous, conjugués au futur.

Pour mieux convaincre le touriste, vous utilisez la 2^{ème} personne de politesse.

Verbes à utiliser : « *admirer – découvrir – proposer un tour panoramique – passer devant – passer par – s'arrêter (à) – se promener sur – visiter* »

Activité 3 :Lexique

Retrouvez dans la colonne 2 les contraires des expressions de la colonne 1

1		2
1. Visite sur option		a. Entrée payante
2. Circuit en bus		b. Arrêt facultatif
3. Visite guidée		C. Circuit pédestre
4. Entrée gratuite		d. Visite incluse
5. Arrêt obligatoire		e. Visite libre

Activité 5 : la production écrite

Tout le monde connaît la semaine de prophète Mouhamed, décrivez en un petit paragraphe cette saison religieuse et pourquoi cette occasion est liée à la ville de METLILI CHAANBA?

Fiche n° 2 Compréhension orale

Domaine : guides touristique

Public : étudiants en tourisme, option guides

Nature du support : l'orale

Titre du document : *Une guide professionnelle pour découvrir la ville ghar daia (METLILI CHAAMBA)*

Déroulement :

À cet égard, l'enseignant explique le mécanisme de développement oral au guide touristique, il effectue donc une visite de terrain d'au moins deux heures et choisit un repère historique des régions de Ghardaia, par exemple, la ville de Mtlili al-Sha'anbeh, une destination archéologique classée globalement comme ville patrimoniale qui convient à la présentation de l'apprenant. L'enseignant choisit un dialogue qui représente un groupe d'entre eux en tant que touristes étrangers dans la région et leur suggère le

mécanisme ou la méthode d'utilisation de la profession pour expliquer et présentant les monuments historiques dans le meilleur état.

Voici un exemple de dialogue entre un groupe de touristes étrangers et le guide touristique, où l'enseignant explique le mécanisme de développement oral et présente les monuments historiques de la ville de Metlili channba de manière plus professionnelle :

Guide touristique : Bienvenue à Metlili channba, une ville riche en histoire et en patrimoine. Je vais vous expliquer comment présenter les monuments historiques de manière professionnelle. Tout d'abord, observez ce magnifique édifice devant nous, il s'agit du palais du souverain local datant du XVIIIe siècle.

Touriste 1 : C'est vraiment impressionnant ! Pouvez-vous nous en dire plus sur son histoire ?

Guide touristique : Bien sûr ! Ce palais était autrefois la résidence du souverain de la région et symbolisait son pouvoir et son autorité. Il a été construit dans un style architectural unique, mélangeant des éléments berbères et arabes. Vous pouvez voir les détails élaborés des motifs sculptés sur les murs et les colonnes. Le palais a été restauré récemment pour préserver son intégrité historique.

Touriste 2 : Quelle est l'importance de ce monument pour la région ?

Guide touristique : Ce palais est un témoin important de l'histoire de Metlili channba. Il représente le mode de vie et la culture de l'époque. De plus, il joue un rôle essentiel dans l'industrie touristique de la région, attirant des visiteurs du monde entier qui souhaitent découvrir son patrimoine unique.

Touriste 3 : Comment les visiteurs peuvent-ils en apprendre davantage sur ce monument ?

Guide touristique : Pour une expérience plus enrichissante, nous proposons des visites guidées à l'intérieur du palais. Vous y découvrirez des salles magnifiquement décorées, des collections d'objets historiques et vous en apprendrez davantage sur la vie des souverains passés. Vous pourrez également poser des questions à nos guides experts pour approfondir votre compréhension.

Touriste 4 : Cela semble fascinant ! Y a-t-il d'autres monuments historiques que nous devrions visiter dans la région ?

Guide touristique : Absolument ! Metlili channba regorge de trésors historiques. Nous pouvons également visiter la mosquée Al-Attarine, datant du XIV^e siècle, qui est un bel exemple de l'architecture islamique de l'époque. De plus, la vieille médina de la ville abrite de charmantes ruelles étroites et des maisons traditionnelles en terre, offrant une véritable immersion dans la vie quotidienne de ses habitants.

Guide touristique (en conclusion) : Voilà comment vous pouvez présenter et expliquer les monuments historiques de manière professionnelle. En utilisant une approche axée sur l'histoire, l'architecture et l'importance culturelle de chaque site, vous permettez aux visiteurs de vivre une expérience plus complète et enrichissante. N'hésitez pas à poser des questions tout au long de la visite. Nous sommes ici pour vous guider et vous offrir une exploration inoubliable de notre patrimoine.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Conclusion générale

En conclusion, notre recherche vise à explorer les défis et les opportunités liés à la conception et à la mise en œuvre d'un programme de français de tourisme pour les entreprises touristiques de la ville de Ghardaïa. Nous avons cherché à comprendre les besoins spécifiques en compétences linguistiques en français des entreprises touristiques de la région et à déterminer les exigences linguistiques actuelles pour les employés du secteur. Notre souci s'est penché également sur l'examen des défis auxquels nous pourrions être confrontés lors de la conception et de la mise en œuvre d'un tel programme, tels que les ressources disponibles et les contraintes existantes.

Au départ, nous avons proposé trois hypothèses. La première hypothèse met en avant la valorisation et la progression du secteur touristique grâce à l'enseignement du français sur objectifs spécifiques. La deuxième hypothèse souligne l'importance de l'utilisation d'une langue professionnelle pour le secteur du tourisme. Enfin, la troisième hypothèse met en évidence l'importance d'une ouverture internationale dans le domaine du tourisme, avec le français sur objectifs spécifiques comme outil clé.

Dans cette étude, nous avons envisagé de fournir des propositions didactiques et des contenus pédagogiques pour l'enseignement du français sur objectifs spécifiques dans le secteur du tourisme. Notre recherche était organisée en trois chapitres. Le premier chapitre a retracé la genèse du français sur objectifs spécifiques et son évolution à travers le monde. Le deuxième chapitre s'est concentré sur le secteur du tourisme, en mettant en lumière les besoins linguistiques spécifiques du personnel touristique de la région de Ghardaïa. Enfin, le dernier chapitre nous avons suivi une approche pragmatique en traitant les données recueillies et en proposant des pistes pédagogiques pour l'enseignement du français sur objectifs spécifiques dans le domaine du tourisme.

En poursuivant cette recherche, nous espérons contribuer à l'amélioration de l'enseignement du français sur objectifs spécifiques dans le secteur du tourisme,

Conclusion générale

en offrant des recommandations pratiques et adaptées aux besoins des entreprises touristiques de Ghardaïa. Nous sommes convaincus que cette étude pourra apporter une valeur ajoutée à la professionnalisation des acteurs du tourisme, en renforçant leurs compétences linguistiques et en favorisant leur ouverture internationale.

Enfin, nous sommes conscients des limites de ce travail de recherche et nous proposons comme pistes de recherche d'intégrer les technologies de l'information et de la communication dans l'élaboration des programmes FOS.

Références bibliographique

Références bibliographie

1. Dubois, C. (2015). *Le Français sur objectifs spécifiques en tourisme: une étude de cas en Île-de-France. Recherche et pratiques pédagogiques en langues de spécialité*, 34(1), pp. 1-22.
2. Godet, A. (2014). *Apprendre le français du tourisme: comment former les professionnels du secteur?. Le français dans le monde: Recherches et applications*, (55), pp. 46-59.
3. Magniante, J-M Et Parpette, C. (2004), *Le français sur objectifs spécifiques: de l'analyse des besoins à l'élaboration d'un cours*. Hachette.
4. Porcher, L. (1977), *Une notion ambiguë: les besoins langagiers*, in *cahiers de CREFLEF*, n°3, Université et CRDP, Besançon.
5. Porcher, L. (1995), *Le français langue étrangère: émergence et enseignement d'une discipline*, CNDP Hachette-Education.
6. Parpette, C., Mangiante, J. M., Catellotti, V., & Chalabi, H. (2006). *Le français sur objectif spécifique ou l'art de s'adapter. Le français langue étrangère et seconde: des paysages didactiques en contexte*, L'Harmattan, (Col. Espaces discursifs), pp. 275-282.
7. Poulain, T. (2019). *Langue française et tourisme: État des lieux et perspectives*. *La Lettre de l'OEP*, (93), pp.1-10.
8. Qotb, H. (2008), *Vers une didactique du français sur Objectifs Spécifiques médié par Internet*. Thèse de doctorat , université de Montpellier- Paul Valéry.
9. Rizk, N. (2018). *Le français du tourisme: quelles compétences pour les professionnels?. Le français dans le monde: Recherches et applications*, (64), pp. 42-57.
10. Sobkowiak, W. (2018). *Le français sur objectifs spécifiques (FOS): état des lieux et perspectives*. *Le français dans le monde: Recherches et applications*, (63), 30-45.

Sites internet :

11. Site officiel de l'Office National du Tourisme Algérien:
https://www.algeriatourism.com/dz_fr/visiter-ghardaia/
12. Guide de voyage Lonely Planet Algérie:
<https://www.lonelyplanet.com/algeria/the-sahara/ghardaia>
13. Article "Ghardaïa, la cité jardine de l'Algérie":
<https://www.lefigaro.fr/voyages/2013/10/09/30003-20131009ARTFIG00753-ghardaia-la-cite-jardine-de-l-algerie.php>
14. Reportage vidéo sur les villes oasis de l'Algérie, dont Ghardaïa:
https://www.youtube.com/watch?v=m_4cBSeT-yg

ANNEXE

Questionnaire de recherche adressé aux acteurs du secteur de tourisme, en contexte algérien.

Sujet : Conception d'un programme de français du tourisme au profit des entreprises touristiques de la ville de GHARDAIA

Dans le cadre de notre mémoire de fin d'étude, dont la thématique a trait au français du tourisme, nous avons conçu le questionnaire ci-après dans l'expectative de cerner les enjeux du français de spécialité et, par la-même, de mettre en exergue les besoins réels de ce public professionnel, dans une région qui assiste à un flux touristique très signifiant, en l'occurrence, GHARDAIA.

A cet effet, nous vous prions de répondre, de manière lancinante, aux items proposés. Votre objectivité sera un facteur déterminant quant à la réussite de notre enquête. Notre souci est d'apporter un apport pédagogique-professionnel pratique.

Nos remerciements anticipés

1. Avez-vous déjà étudié le français ? .

Oui Non

2. Pendant combien d'années vous êtes dans le domaine du tourisme?

Entre 4 et 7 ans entre 8 et 12 ans entre 13 et 18 ans 20 ans
et plus

3. Employez-vous le français dans vos communications quotidiennes ?

Beaucoup souvent rarement jamais

4. le français à Ghardaïa est-il considéré telle une langue ?

Etrangère professionnelle seconde maternelle

5. l'activité touristique à Ghardaïa, est-elle en pleine expansion ?.

Oui de mieux en mieux un peu très limitée

6. les touristes qui viennent découvrir Ghardaïa, sont-ils beaucoup plus de nationalité :

Française Italienne Britannique Américaine
Russe

Autre(s)

7. les agences touristiques à Ghardaïa, emploient-ils des guides touristiques en référence à leur(s) diplôme(s) ?.

Généralement parfois rarement jamais

8. les sortants du département de français de l'université de Ghardaïa, sont-ils facilement recrutés auprès des agences de tourisme ?.

Tous les bons uniquement quelques-uns très peu nombreux

9. les agences de tourisme, recourent-elles à la formation au français du tourisme de leurs guides ?

Tout le temps parfois rarement
nullement

10. Trouvez-vous intéressant d'avoir des cours de français de votre spécialité? .

Oui Non

11. A quelle compétence avez-vous recours le plus souvent au travail ? .

L'écrit L'oral

12. Si on vous offre une formation professionnelle en français, que chercheriez-vous à apprendre? Enumérez vos besoins (vous pouvez choisir plus d'une réponse)

- ✓ La terminologie spécifique à votre spécialité
- ✓ Comprendre des discussions professionnelles en français
- ✓ Arriver à communiquer oralement en français de votre spécialité
- ✓ Comprendre les documents écrits en français de votre spécialité
- ✓ Arriver à rédiger des lettres, des e-mails, des fiches techniques, des comptes-rendus en français de votre spécialité
- ✓ Interagir avec des touristes français

13. À Ghardaïa, les organismes qui assurent des formation(s) sur objectifs spécifiques sont-ils :

Nombreux très peu nombreux inexistants

14. Vous préférez que votre formation au français du tourisme se base sur :

Activités de simulation de répétition d'imitation de jeux de rôles

15. Partagez avec nous votre expérience personnelle par rapport à une (des) formation(s) au français du tourisme

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

16. Si vous avez eu l'occasion de vous former en FOS, pensez-vous que cette (ces) formation(s) a (ont) répondu à vos attentes :

Globalement moyennement un peu pas du tout

Merci pour votre collaboration

Résumé

Notre travail de recherche s'inscrit dans la continuité des travaux ayant trait à la didactique du français sur objectifs spécifiques. De par la zone géographique où nous résidons à savoir, Ghardaïa, notre étude a porté sur le français du tourisme. En effet, les observations du terrain effectuées nous ont indélébilement renseignées sur le contexte dans lequel les professionnels du tourisme exercent leurs missions.

En analysant les données recueillies, nous avons pu dresser une liste des besoins urgents comprenant maîtrise du vocabulaire spécifique au domaine du tourisme, la capacité à donner des informations historiques et culturelles de la ville de Ghardaïa, ainsi que la compétence à gérer des situations de communication courantes telles que l'accueil des touristes, la présentation des sites touristiques et la réponse aux demandes d'informations de la part de ce public spécifique.

Notre ambition tend à proposer des activités pédagogiques entrant dans la formation des guides touristiques pour l'utilisation adéquate du français du tourisme, comblant ainsi des besoins et satisfaisant à des attentes.

Mots clés : FOS ; besoins ; attentes ; compétences ; activités pédagogiques.

Abstract

Our research work is part of the ongoing studies related to the didactics of French for Specific Purposes (FOS). Based in the Ghardaïa region, our study focuses on French for tourism. The field observations we conducted have provided us with valuable insights into the context in which these professionals carry out their tasks.

By analyzing the collected data, we have identified a list of urgent needs, including the mastery of specific vocabulary related to the field of tourism, the ability to provide historical and cultural information about the city of Ghardaïa, as well as the competence to handle common communication situations such as welcoming tourists, presenting tourist sites, and responding to information requests from this specific audience.

Our ambition is to propose pedagogical activities that contribute to the training of tourist guides in the appropriate use of French for tourism. This way, we aim to address these needs and meet expectations.

ملخص

بحثنا يندرج في سياق الدراسات المتعلقة بتعليمية اللغة الفرنسية لأغراض محددة، وبالتحديد للسياحة. يتركز عملنا في منطقة غرداية، وقد ركزت دراستنا على اللغة الفرنسية المستخدمة في مجال السياحة. فبفضل الملاحظات الميدانية التي قمنا بها، استطعنا الحصول على نظرة مفصلة عن السياق الذي يعمل فيه هؤلاء المهنيون.

من خلال تحليل البيانات التي تم جمعها، تمكنا من تحديد قائمة بالاحتياجات الملحة، وتشمل إتقان المفردات الخاصة بمجال السياحة، والقدرة على تقديم المعلومات التاريخية و الثقافية عن مدينة غرداية، بالإضافة إلى الكفاءة في التعامل مع حالات الاتصال الشائعة مثل إستقبال السياح، وتقديم المعالم السياحية، والرد على طلبات المعلومات من هذه الجماهير المحددة.

ظموحنا هو تقديم أنشطة تربوية تساهم في تدريب المرشدين السياحيين على استخدام اللغة الفرنسية بطريقة مناسبة للسياحة. وبذلك، نسعى إلى معالجة هذه الاحتياجات و تلبية التوقعات.