UNIVERSITE DE YAHIA FARES MEDEA

FACULTE DES LETTRES ET DES LANGUES ETRANGERES

DEPARTEMENT DE FRANÇAIS LANGUE ETRANGERE

Mémoire en vue de l'obtention de diplôme du Master

Option : didactique du FLE

Le thème :

Elaboration d'un programme de formation FOS dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme

(Cas des employés de l'hôtellerie et du tourisme en Algérie)

Présenté par :

BOUGUERNI Meriem

HAMOU Meriem

Sous la direction de :

Dr. YAHIA HELALI Baya

Année universitaire :2023/2024

Remerciement

Nous commençons par exprimer notre gratitude envers Dieu Tout-Puissant pour nous avoir accordé la santé et la force nécessaires pour mener à bien ce travail.

Nous souhaitons également exprimer notre profonde reconnaissance envers notre directrice de recherche, le Dr. YAHIAHELALI BAYA, pour sa disponibilité, sa patience et son soutien précieux. Sa direction attentive, ses conseils continus et son encouragement ont été d'une aide inestimable tout au long de cette recherche.

Nous sommes pleinement conscients qu'une recherche ne se réalise jamais seule. Nous tenons donc à remercier sincèrement tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à l'élaboration de ce travail.

Merci à vous tous

Dédicace

Je dédie ce modeste travail à :

Ma famille, surtout mes chers parents

A mon exceptionnelle et merveilleuse Directrice de recherche "Yahia helali Baya"

Et à toutes les personnes qui m'ont aidée pour réaliser ce mémoire

BOUGUERNI Meriem

Dédicace

Je dédie ce travail à celle qui m'a donné la vie le symbole de tendresse à ma mère, l'école de mon enfance, à mon père, à mon mari qui s'est sacrifié pour ma réussite et m'a poussé jusqu'à la fin, à mes frères pour me permettre de suivre mes études dans les meilleures conditions, sans oublier mes belles sœurs pour le soutien moral et l'encouragement, mes petites filles qui me fournissent d'énergie régulièrement.

HAMOU Meriem

Résumé

Dans notre étude de recherche, intitulée "Programme de Formation FOS dans le Secteur de l'Hôtellerie et du Tourisme en Algérie", nous explorons l'un des secteurs les plus captivants du pays : l'Hôtellerie et le Tourisme. L'Algérie, actuellement, accorde une attention croissante au tourisme, mettant en valeur une diversité exceptionnelle de paysages naturels et offrant des services hôteliers de qualité supérieure. À travers notre recherche académique, nous mettons en lumière l'importance de ce secteur à la fois au niveau national et international, en tant que moteur de développement durable et de prospérité économique. Notre étude se focalise spécifiquement sur l'utilisation et la maîtrise du français dans l'industrie hôtelière et touristique, car le français occupe une place prépondérante dans le pays et revêt une importance cruciale dans ce secteur. Nous nous penchons également sur les défis linguistiques auxquels font face les professionnels travaillant dans l'hôtellerie et le tourisme. Notre objectif est d'évaluer les besoins linguistiques de ces acteurs du secteur et de concevoir un programme de formation FOS personnalisé visant à renforcer leurs compétences linguistiques.

Mots-clés : Hôtellerie et tourisme, français sur objectif spécifique, démarche FOS, programme de formation, documents authentiques, problèmes linguistiques, besoins linguistiques, français langue professionnelle (FLP) ou français a visé professionnelle (FVP) , intégration de la technologie et la créativité.

Abstract

In our research work entitled "FOS Training Program in the Hospitality and Tourism Sector in Algeria," we explore one of the most captivating sectors of the country : Hospitality and Tourism. Algeria is currently giving increasing attention to tourism, showcasing an exceptional diversity of natural landscapes and offering high-quality hotel services. Through our academic study, we highlight the importance of this sector both nationally and internationally, as a driver of sustainable development and economic prosperity. Our study specifically focuses on the use and mastery of French in the hospitality and tourism industry, as French occupies a prominent place as a second language in the country and holds crucial importance in this sector. We also address the linguistic challenges faced by professionals working in hospitality and tourism. Our objective is to assess the linguistic needs of these sector actors and to design a personalized ESP training program aimed at enhancing their linguistic skills .

Keywords:hospitality and tourism, French for specific purposes, ESP approach, training program, authentic documents, linguistic problems, linguistic needs, professional French (PFP), integration of technology and creativity

ملخص

في عملنا البحثي بعنوان "برنامج تدريب FOS في قطاع الفندقة والسياحة في الجزائر"، نسلط الضوء على أحد أكثر المجالات جاذبية في الجزائر: الفندقة والسياحة. بلدنا، الجزائر، معروف كواحد من أروع الوجهات السياحية ، والتي تقدم تنوعًا لا مثيل له ومناظر طبيعية ساحرة، بالإضافة إلى فنادق توفر راحة استثنائية لزبائنها. من خلال دراستنا الأكاديمية، نؤكد أهمية هذا القطاع على الصعيدين الوطني والدولي كمحرك للتنمية المستدامة وخلق الثروة لكل بلد. تركز بحثنا بشكل خاص على استخدام واحترافية اللغة الفرنسية في مجالي الفندقة والسياحة، حيث تعتبر اللغة الفرنسية اللغة الأساسية في هذا القطاع، بالإضافة إلى المشاكل اللغوية التي تواجهها الموظفين في قطاع الفندقة والسياحة. الهدف هو تقييم الاحتياجات اللغوية لهؤلاء المحترفين وتطوير برنامج تدريب FOS مصمم حسب الطلب لتعزيز مهاراتهم اللغوية وتلبية متطلباتهم اللغوية الخاصة.

الكلمات المفتاحية: الفندقة والسياحة، الفرنسية لأغراض محددة (FOS)، نهج FOS، برنامج تدريب ،وثائق أصلية ،مشاكل لغوية، الاحتياجات اللغوية، الفرنسية لأغراض مهنية ،تكامل التكنولوجيا والإبداع.

Liste des Acronymes

F.L.E	:	Français Langue Etrangère
F.O.G	:	Français sur Objectif General
F.O.U	:	Français sur Objectif Universitaire
F.O.S	:	Français sur Objectif Spécifique
F.L.P	:	Français Langue Professionnel
F.L.S	:	Français Langue Scientifique
C.O.S	:	Communication sur Objectifs Spécifiques
D.F.L.E	:	Didactique du Français Langue Etrangère.
E.S.P	:	English for Specifics Purposes
F.F	:	Français Fonctionnel.
F.G	:	Français General
F.I	:	Français Instrumental
F.R.S.T	:	Français Scientifique et Technique
F.S. P	:	Français de Spécialité
L.S	:	Langues de Spécialité
C.E.C. R	:	Le cadre Européen Commun de Référence pour les Langues
F.H. T	:	Français de l'Hôtellerie et du Tourisme

Liste des Tableaux

Tableau 1: Historique de FOS et la conceptualisation 22
Tableau 2: Comparaison entre le FLS et le FOS 28
Tableau 3: la différence entre le FLE et le FOS 31
Tableau 4: la différence entre le FOS et le FOU 32
Tableau 5: la différence entre le FOS et le FLP 32
Tableau 6: les points de divergence et de convergences entre FLE/FOS/FLP/FOU ... 36
Tableau 7: les types des hôtels 45
Tableau 8: les types de tourisme en termes de finalité et en termes de situation géographiques 53
Tableau 9: les endroits touristiques et historique en Algérie 57
Tableau 10: la terminologie et les expressions récurrentes propres à l'hôtellerie 108
Tableau 11: les stratégies de communication 110
Tableau 12: classement des plaintes 112
Tableau 13: classement des plaintes 115
Tableau 14: les expressions et les situations de communication 124
Tableau 15: les normes du CECR pour évaluer le niveau des apprenants en ce qui concerne la production orale générale 140
Tableau 16: les normes de la compréhension de l'écrit selon le CECR 141
Tableau 17: les normes du CECR pour évaluer le niveau des apprenants en ce qui concerne la production écrite générale 142
Tableau 18: les normes de compréhension générale de l'oral selon le CECR 143
Tableau 19: Les normes de l'entretien selon le CECR 144
Tableau 20: proposition didactique en cinq séances principales 149
Tableau 21: Un programme de formation langagière 151

Liste des Figures

Figure 1: Modèle logique d'un programme 72
Figure 2: Modèle d'identification des besoins d'apprenant 79
Figure 3: l'échantillon de l'étude selon le sexe 96
Figure 4: l'échantillon de l'étude selon l'Age 97
Figure 5: l'échantillon de l'étude selon la communication en français 97
Figure 6: l'échantillon de l'étude selon la compréhension des mots de la spécialité ... 98
Figure 7: l'échantillon de l'étude selon la remédier le problème de la compréhension des mots de la spécialité 98
Figure 8: l'échantillon de l'étude selon les compétences linguistique 99
Figure 9: l'échantillon de l'étude selon l'utilisation de la langue française au travail 99
Figure 10: l'échantillon de l'étude selon la compétence linguistique 100
Figure 11: l'échantillon de l'étude selon l'utilisation du français oral 100
Figure 12: l'échantillon de l'étude selon l'utilisation de la lecture en spécialité d'hôtellerie 101
Figure 13: l'échantillon de l'étude selon la nécessité d'un diplôme en langue française 101
Figure 14: l'échantillon de l'étude selon les formations linguistiques spécialisées 102
Figure 15: l'échantillon de l'étude selon l'accueil des touristes francophone 102
Figure 16: l'échantillon de l'étude selon l'importance d'voir une communication interculturelle 103
Figure 17: l'échantillon de l'étude selon l'utilisation le français écrit au service d'hôtellerie 103
Figure 18: l'échantillon de l'étude selon les défis de la langue écrite avec des clients francophones 104
Figure 19: l'échantillon de l'étude selon les situations spécifiques de communication avec les clients 104
Figure 20: l'échantillon de l'étude selon les situations spécifiques de communication avec les clients 105
Figure 21: l'échantillon de l'étude selon les formations spécifiques 105
Figure 22: l'échantillon de l'étude selon l'amélioration de la coordination entre les déférents service 106
Figure 23: l'échantillon de l'étude selon les nouvelles technologie influent-elle sue la communication langagière 106
Figure 24: l'échantillon de l'étude selon les formations linguistiques en hôtellerie... 107

Liste des Annexes

Annexe 1: Glossaire (terminologie de l'hôtellerie)..... 211
Annexe 2: Glossaire (terminologie du tourisme) 227
Annexe 3: Correction des copies 235
Annexe 4: Le questionnaire 239
Annexe 5: L'entretien 244
Annexe 6: Les productions écrites 246
Annexe 7: les documents 262

Sommaire

REMERCIEMENT
DEDICACE
DEDICACE
RESUME
ABSTRACT
ملخص
LISTE DES ACRONYMES
LISTE DES TABLEAUX
LISTE DES FIGURES
LISTE DES ANNEXES
SOMMAIRE
INTRODUCTION GENERALE.....I
I-**CONCEPTS REFERENTIELS**..... …….**Erreur ! Signet non défini.**
Chapitre 01 : Initiation aux langues de spécialité..... 2
Introduction 9
Section 01 : Concepts clés des langues de spécialités 10
Section 02 : Regard sur le FOS 16
Section 03 : Les concepts FLE /FOS/FLP/FOU.....28
Conclusion 37
Chapitre 02 : Présentation du domaine de l'hôtellerie et du Tourisme 9
Introduction 40
Section 01 : le domaine de l'hôtellerie et du tourisme.....41
Section 02 : Le statut de la langue française dans le domaine de l'hôtellerie et le tourisme en Algérie.....60
Section 03 : La réalité du tourisme et hôtellerie en Algérie 67
Conclusion 68
Chapitre 03 : La démarche et les caractéristiques de la construction d'un programme de formation FOS 70
Introduction 71
Section 01 : Le programme de formation FOS 72
Section 02 : Le FOS /FLP : Caractéristiques et démarche 80
Section 03 : L'enseignement/apprentissage de FOS (Défis et modalités).....83
Conclusion 88

II-**DE L'ANALYSE DES BESOINS A L'ELABORATION D'UN PROGRAMME EN FRANÇAIS DE L'HOTELLERIE ET DU TOURISME** ..... **Erreur ! Signet non défini.**
Chapitre 04 : Expérimentation et analyse des résultats 90
Introduction 91
Section 01 : Description de l'expérimentation 92
Section 02 : Analyse et interprétation du questionnaire 95
Section 03 : Analyse et interprétation de l'entretien 117
Section 04 : Analyse des données recueillies 126
Section 05 : Analyse du test (les productions écrites) 135
Section 06 : Synthèse des résultats 145
Conclusion 146
Chapitre 05 : Proposition didactique 148
Introduction 149
Section 01 : La Proposition Didactique 149
Conclusion 190
Conclusion Générale 192
Bibliographie de rèférences 205
Annexes 210

Introduction Générale

« Le FOS comme une didactique spécifique ayant pour enjeu de faciliter le processus d'enseignement / appropriation d'un agir communicationnel et professionnelle. »

(J.J. Richer)

Introduction Générale

Dans un monde de plus en plus connecté et diversifié, les langues jouent un rôle crucial dans la communication interculturelle, l'échange de connaissances et le développement personnel et professionnel. En Algérie, pays riche en histoire et en diversité culturelle et linguistique, l'enseignement et l'apprentissage des langues sont essentiels. Ils permettent de mieux connaître les autres, d'élargir les horizons culturels et intellectuels, et de favoriser une interaction et une communication efficaces et constructives entre les individus de différents pays. De plus, les langues sont indispensables au développement des compétences linguistiques et sociales.

Parmi les nombreuses langues, le français est perçu comme une langue de communication internationale, riche en nuances et largement utilisée après l'anglais. C'est la deuxième langue la plus enseignée et utilisée dans divers domaines. Comme nous le savons tous, le français occupe une place essentielle dans la société algérienne, en partie en raison de l'héritage historique de la colonisation qui a duré 132 ans, de 1830 à 1962, et de son omniprésence dans presque tous les établissements sociaux. On le retrouve dans les administrations, les institutions gouvernementales et publiques, les discours officiels et même dans nos communications quotidiennes, comme l'a souligné (R. Sabaa dans son ouvrage "Culture et plurilinguisme en Algérie", publié à Oran en 2002):

> La réalité empirique indique que la langue française occupe en Algérie une situation sans conteste unique au monde. Sans être la langue officielle, elle véhicule l'officialité ; sans être la langue d'enseignement, elle reste une langue de transmission du savoir ; sans être la langue d'identité, elle continue à façonner de différentes manières et par plusieurs canaux l'imaginaire collectif. Il est de notoriété publique que l'essentiel du travail dans les structures d'administration et de gestion centrale ou locale s'effectue en langue française. Il est tout aussi évident que les langues algériennes d'usage, arabe ou berbère, sont plus réceptives et plus ouvertes à la langue française à cause de sa force de pénétration communicationnelle.

Le statut du français en tant que langue d'enseignement et d'apprentissage a connu son apogée pendant la période post-indépendance, entre 1963 et 1976. Durant cette

période, le français était pratiquement une langue officielle grâce à sa domination dans presque toutes les disciplines, alors que l'arabe avait le statut de langue étrangère enseignée comme une matière avec un volume horaire hebdomadaire.

De nos jours, malgré le rejet idéologique et la prédominance croissante de l'anglais en tant que langue mondiale, ainsi que les efforts visant à marginaliser le français, cette dernière maintient une présence significative dans de nombreux secteurs, y compris le domaine médical, juridique, économique, ainsi que dans l'industrie de l'hôtellerie et du tourisme.

Dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme en Algérie, le français est largement utilisé, que ce soit pour la communication avec les clients, les échanges interculturels ou la rédaction de documents écrits. C'est pourquoi la plupart des employés dans ce secteur doivent maîtriser cette langue pour pouvoir gérer et s'adapter aux exigences de cette industrie. Cependant, certains employés rencontrent des difficultés linguistiques qui nécessitent une remédiation immédiate.

Ces employés ont besoin de suivre une formation FOS (Français sur Objectif Spécifique) pour répondre à leurs besoins linguistiques et pour acquérir les connaissances et compétences nécessaires à leur perfectionnement professionnel. Le FOS, ou Français sur Objectif Spécifique, est une branche de la didactique du FLE (Français Langue Étrangère) qui se concentre sur l'apprentissage du français dans un domaine particulier, adapté aux exigences professionnelles des apprenants. Cette démarche, proposée par Jean-Marc Mangiante et Chantal Parpette en 2004, vise à construire des programmes de formation linguistique en adéquation avec les situations et besoins spécifiques des apprenants.

En Algérie, la nécessité des formations en Français sur Objectif Spécifique (FOS) est de plus en plus reconnue. L'apprentissage du français spécialisé devient indispensable, notamment dans des secteurs comme l'hôtellerie et le tourisme, où la maîtrise de la langue française est essentielle pour la communication et l'accomplissement des tâches écrites.

L'enseignement et l'apprentissage du FOS jouent un rôle crucial en Algérie, bien que plusieurs défis persistent. Tout d'abord, il est difficile de trouver des enseignants compétents en FOS en raison du manque de formations et de formateurs spécialisés en français dans le pays. Même lorsqu'ils sont disponibles, les apprenants doivent surmonter divers obstacles, tels que des contraintes d'obligation, des formations de courte durée, des

difficultés financières et de déplacement, ainsi que des problèmes psychologiques comme le stress, l'anxiété, la dépression et le manque de motivation.

Les enseignants eux-mêmes sont confrontés à des défis, notamment le manque de formations spécifiques en FOS et l'absence de contact préalable avec les apprenants, ce qui signifie qu'ils sont souvent des enseignants de langue générale plutôt que spécialisés. Il est crucial de spécialiser le contenu des cours de FOS en collectant les ressources nécessaires et en s'adaptant aux besoins évolutifs des apprenants tout au long de la formation.

Notre recherche se concentre sur les problèmes linguistiques et les lacunes des employés dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme en Algérie. Notre échantillon comprend divers professionnels de ce domaine dans notre pays. Nous avons choisi ce sujet pour plusieurs raisons : notre passion et intérêt pour ce secteur, son utilisation intensive de la langue française, et notre constatation que de nombreux employés rencontrent des difficultés avec le français. C'est pourquoi nous avons envisagé de mettre en place une formation FOS pour ces employés.

Notre objectif est donc d'analyser en profondeur les besoins linguistiques et d'identifier les compétences nécessaires dans ce secteur. Nous visons également à détecter et identifier la nature des lacunes linguistiques des employés. En outre, notre but ultime est de préparer des activités qui leur permettront d'améliorer leur niveau de français dans les différentes situations de communication propres à leurs pratiques professionnelles, afin d'élaborer, en fin de compte, un programme de formation FOS adapté aux besoins spécifiques de ces employés.

Cela nous amène à nous poser la question suivante :

Comment peut-on élaborer un programme de formation FOS adapté aux besoins spécifiques des employés dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme en Algérie en matière de compétences linguistiques et professionnelles ?

Cette question se divise en deux questions secondaires qu'on va y répondre par la suite :

- ✓ Quels sont les défis linguistiques et culturels rencontrés par les professionnels de l'hôtellerie et du tourisme lorsqu'ils interagissent avec des clients francophones ou dans des destinations francophones ?

- ✓ Quelles sont les meilleures pratiques pédagogiques pour enseigner le français de spécialité dans le contexte de l'hôtellerie et du tourisme, en mettant l'accent sur l'interaction et la communication professionnelle ?

En réponse à cette problématique : Voici quelques hypothèses qui pourraient être confirmées ou infirmées dans le cadre de l'enseignement du français de spécialité pour l'hôtellerie et le tourisme :

- ✓ Pour élaborer un programme de formation linguistique à un public de FLP dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme, nous proposerions peut-être de suivre les étapes de la démarche FOS proposée par Parpette et Mangiante (2004), qui seraient : l'identification de la demande, l'analyse des besoins, la collecte des données sur le terrain, l'analyse linguistique des données recueillies, et enfin l'élaboration linguistique.
- ✓ Il est probable que les compétences linguistiques en français acquises grâce à un programme FOS renforceraient la compétitivité des professionnels de l'hôtellerie et du tourisme sur le marché mondial, en ouvrant des opportunités professionnelles dans des destinations francophones et en améliorant leur capacité à servir une clientèle internationale diversifiée.

- ✓ Une approche pédagogique axée sur la pratique et l'interaction favoriserait peut-être une meilleure rétention des compétences linguistiques et professionnelles chez les apprenants, les préparant ainsi de manière plus efficace aux défis de l'industrie de l'hôtellerie et du tourisme.

Et Pour Le faire, nous avons opté pour ces techniques de recherche:

- ✓ Un questionnaire numérique destiné aux employés dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme en Algérie.
- ✓ Des entretiens avec des employés ayant une expérience dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme.
- ✓ L'analyse de contenu et l'analyse statistique pour analyser les informations et les réponses.
- ✓ Un test de niveau pour évaluer le niveau des employés afin que le programme soit adapté à leur niveau.

Et nous avons suivi ce plan de recherche:

Nous avons divisé notre travail en cinq chapitres, avec un focus sur trois chapitres théoriques et deux chapitres pratiques. Dans le premier chapitre théorique, intitulé « Initiation aux langues de spécialité », nous avons effectué un aperçu historique sur le FOS, où nous avons abordé la définition du FOS ainsi que les concepts clés qui y sont liés, notamment le FLE, le FOU, le FLP, etc. Nous avons également discuté des différences entre le FLE et le FOS, entre le FOS et le FOU, ainsi qu'entre le FOS et le FLP.

Dans le deuxième chapitre, intitulé « Présentation du domaine de l'hôtellerie et du tourisme », nous avons effectué une présentation exhaustive du domaine de notre recherche celui de l'hôtellerie et du tourisme, en définissant chacune des industries et en explorant la relation étroite qui les unit en tant que deux domaines interdépendants. De plus, nous avons identifié les problèmes linguistiques les plus couramment rencontrés par les employés dans ces domaines, afin de mieux comprendre les défis auxquels ils sont confrontés. Enfin, nous avons abordé le langage et le lexique spécifiques à l'hôtellerie et au tourisme, soulignant l'importance de maîtriser ces aspects linguistiques pour assurer un service de qualité et une communication efficace dans ces industries.

En somme, dans le dernier chapitre théorique, nous avons exposé les caractéristiques et la démarche du FOS, en mentionnant les étapes du processus FOS, ses principales caractéristiques, ainsi que le terme « Programme de formation FOS » et comment le concevoir, etc.Nous avons également abordé les difficultés de l'enseignement/apprentissage des langues de spécialité et les défis et enjeux du FOS. De plus, ce chapitre comprendra une revue de littérature où nous citerons les écrits des chercheurs et écrivains sur le français spécialisé FOS.

Passons maintenant à la partie pratique, qui est divisée en deux chapitres importants. Ceux-ci exploreront le travail que nous avons effectué sur le terrain, y compris les questionnaires, les entretiens, les documents collectés, et le test de niveau sous forme des productions écrites évaluer par la grille d'évaluation basée sur le CECR , visant à identifier le niveau linguistique surtôut le niveau d'écriture des employés de notre échantillon., et l'entretien comme un test orale Ainsi, le premier chapitre, visant à identifier le niveau linguistique des employés de notre échantillon. Ainsi, le premier chapitre de cette partie portera principalement sur notre expérimentation, ainsi que sur l'analyse et l'interprétation

détaillées des données extraites de tous ces objets de recherche,et un petit glossaire des terminologies qui contien des définition des professions et services propre au secteur de l'hôtellerie et du tourisme ,et Dans le deuxième chapitre, nous présenterons la proposition didactique, sous forme de cours et d'activités destinés aux employés, ainsi que notre programme de formation sur mesure répondant aux besoins linguistiques de notre public cible, en alignement avec nos objectifs de recherche.

CONCEPTS REFERENTIELS

Chapitre 01 : Initiation aux langues de spécialités

Introduction

Dans le domaine de la didactique des langues étrangères (DLE), l'enseignement du Français sur Objectifs Spécifiques (FOS) ouvre de nouvelles perspectives et nous plonge dans un univers où chaque apprentissage est unique et spécialisé. En effet, le FOS nous entraîne dans un domaine où l'unicité et la spécialisation prédominent, offrant ainsi une approche différente de l'enseignement traditionnel des langues étrangères.

Au cours de ce chapitre, nous explorerons en profondeur les langues de spécialité, en mettant l'accent sur le FOS. Nous aborderons les concepts fondamentaux associés au FOS, tels que le Français Langue Étrangère (FLE), le Français sur Objectifs Universitaires (FOU), le Français Langue Professionnelle (FLP), ainsi que les différences entre eux. Nous examinerons également l'histoire, la spécificité et l'évolution du FOS, ainsi que les concepts de Français Scientifique et Technique (FST), le Français Militaire, le Français Instrumental, le Français Fonctionnel, et d'autres notions pertinentes.

À travers ce chapitre, nous aurons un aperçu approfondi de l'importance du FOS dans le domaine de l'enseignement et de l'apprentissage des langues étrangères.

Section 01 : Concepts clés des langues de spécialités

1. Les langues de spécialités

La langue de spécialité (LSP) est définie comme « une expression générique pour désigner les langues utilisées dans des situations de communication impliquant la transmission d'une information relevant d'un champ d'expérience particulier ».

La notion de LSP a été largement employée pour décrire deux domaines principaux de la linguistique appliquée : le premier se concentre sur les besoins éducatifs et de formation, tandis que le second concerne la recherche sur les variations linguistiques dans des domaines spécifiques. La LSP est un instrument ciblé, adapté à des objectifs précis, et peut être utilisé dans toute langue nécessaire aux apprenants. Elle est souvent associée à l'anglais (English for Specific Purposes ou ESP), au français sur objectifs spécifiques (FOS), etc. Par ailleurs, l'enseignement à contenu intégré (ECI) a parfois été confondu avec la LSP, ce qui a entraîné une confusion internationale quant à la terminologie et aux concepts.

L'Organisation Internationale de Normalisation (ISO) définit les langues de spécialité de la manière suivante :

> Les langues de spécialité sont une langue utilisée dans un domaine et caractérisée par l'utilisation de moyens d'expression linguistiques particuliers. Note : Les moyens d'expression linguistiques particuliers englobent toujours une terminologie et une phraséologie propres au domaine et peuvent également présenter des traits stylistiques ou syntaxiques.

Et d'après l'Auteur (J. Binon), nous citons : « Les langues de spécialités se caractériseraient par une syntaxe réduite et un vocabulaire spécialisé. Il s'agirait d'un sous-système moins complet de la langue générale qui privilégie certaines tournures ou constructions »

1.1.Historique et évolution

Les langues de spécialité, également désignées sous les termes de langues professionnelles ou techniques, ont une histoire et une évolution qui s'étendent sur plusieurs siècles, étroitement liées au développement des professions, des sciences et des technologies.

Selon John Swales, ces langues ont émergé historiquement avec l'évolution des métiers et des disciplines spécialisées. Par exemple, dans des domaines tels que la médecine, le droit, l'ingénierie, l'architecture et la navigation, des terminologies spécifiques ont été élaborées pour faciliter la communication entre les professionnels et décrire avec précision des concepts et des procédures complexes.

Au fil du temps, avec l'avancée des connaissances et l'émergence de nouvelles disciplines, les langues de spécialité se sont adaptées pour inclure de nouveaux termes, concepts et méthodologies. Par exemple, l'essor de l'informatique et des technologies de l'information a conduit au développement de langages de programmation spécialisés, tandis que les progrès médicaux ont introduit de nouveaux termes et ajusté les langues spécialisées existantes.

Selon Jean-Paul Narcy-Combes, l'évolution des langues de spécialité est également liée aux progrès dans les moyens de communication et de diffusion des connaissances. L'avènement de l'imprimerie, de l'Internet et d'autres technologies de communication a facilité la diffusion et la standardisation de ces langues, permettant une collaboration accrue et un échange d'informations à l'échelle mondiale.

De nos jours, ces langues continuent d'évoluer avec les avancées scientifiques, technologiques et professionnelles. Elles sont cruciales pour une communication efficace entre les experts d'un même domaine, ainsi que pour la transmission et la diffusion des connaissances spécialisées à travers le monde.

1.2.Les caractéristiques des langues de spécialités

Les langues de spécialités se caractériseraient par une syntaxe réduite et un vocabulaire spécialisé. Il s'agirait d'un sous-système moins complet de la langue générale qui privilégie certaines tournures ou constructions »

D'après Françoise Salager-Meyer (1996), les langues de spécialité présentent plusieurs caractéristiques qui les distinguent des langues communes on cite notamment

- ✓ Les codes linguistiques spécifiques : Selon certaines perspectives, les langues de spécialité sont considérées comme des codes linguistiques distincts de la langue commune, caractérisés par des règles et des unités spécifiques. Cependant, établir une frontière nette entre les langues de spécialité et les langues communes peut être difficile, et la pertinence de cette séparation est remise en question.
- ✓ Variantes de la langue générale : Selon une autre perspective, les langues de spécialité sont considérées comme de simples variantes de la langue générale, voire comme des variantes lexicales. Cette approche tend à minimiser le caractère distinctif des langues de spécialité en les réduisant à des vocabulaires spécialisés.
- ✓ Les sous-ensembles pragmatiques : Une autre conception considère les langues de spécialité comme des sous-ensembles pragmatiques de la langue dans son sens global. Selon cette perspective, les langues de spécialité partagent certains éléments avec la langue commune tout en étant utilisées dans des contextes spécifiques et pour des besoins spécifiques. Elles peuvent être perçues comme des systèmes sémiotiques complexes, semi-autonomes, utilisés pour communiquer des informations spécialisées dans un cadre restreint de spécialistes ou pour la vulgarisation auprès du grand public.
- ✓ Terminologie spécialisée : Les langues de spécialité sont souvent caractérisées par l'utilisation d'une terminologie spécifique à un domaine particulier. Cette terminologie est élaborée pour répondre aux besoins de communication précis des professionnels dans ce domaine et peut comprendre des mots, des acronymes ou des expressions uniques.
- ✓ Normes de communication : Chaque domaine d'expertise a ses propres normes de communication, qui dictent la manière dont l'information est transmise et interprétée. Les langues de spécialité suivent ces normes pour assurer une communication claire et précise entre les experts du domaine.
- ✓ Adaptation aux contextes professionnels : Les langues de spécialité sont adaptées aux contextes professionnels spécifiques dans lesquels elles sont utilisées. Elles intègrent

souvent des conventions de langage propres à chaque domaine, telles que des formules de politesse, des structures de phrase particulières ou des styles rédactionnels spécifiques.

- ✓ Évolution constante : En raison des avancées constantes dans chaque domaine d'expertise, les langues de spécialité évoluent également pour incorporer de nouveaux termes, concepts et technologies. Les professionnels doivent donc rester à jour avec les développements de leur domaine pour utiliser efficacement la langue de spécialité.
- ✓ Interdisciplinarité : Certains domaines d'expertise peuvent nécessiter une communication interdisciplinaire, où des concepts et des termes spécialisés de différentes disciplines sont intégrés. Les langues de spécialité doivent donc être flexibles pour permettre une communication efficace entre des experts de domaines variés.

En somme, les langues de spécialité sont caractérisées par leur utilisation dans des domaines professionnels ou spécialisés, leur terminologie spécifique, et leur adaptation aux besoins communicationnels particuliers des experts dans ces domaines. Elles sont souvent influencées par des facteurs pragmatiques et contextuels, ce qui les distingue des langues communes utilisées dans la vie quotidienne.

1.3.Le français de spécialités (FS)

Le français de spécialité désigne une approche d'enseignement du français adaptée à des publics spécialisés dans divers domaines professionnels, académiques et disciplinaires, mettant l'accent sur des spécialités telles que le français juridique, médical, économique, touristique et hôtelier, ainsi que le français technique. Cette méthode se concentre sur la terminologie spécifique et les structures grammaticales propres à chaque domaine.

Cependant, cette désignation semble trop générale pour certains spécialistes en raison de la diversité des langues regroupées sous cette appellation. Ils perçoivent ce domaine comme étant fragmenté, avec des frontières de plus en plus floues et des découpages internes incertains. Des chercheurs en didactique tels que Dominique Abry, Bernard Darras et Françoise Salager-Meyer remettent en question le concept de français de spécialité en raison de son caractère restrictif et de la diversité des approches selon le contexte, les

objectifs et les besoins. Ainsi, l'appellation même de français de spécialité est sujette à remise en question.

1.4. Le français langue de spécialité

Le français de spécialité (FST) a vu le jour dans les années 1950 en réaction à la montée en puissance de l'anglais sur la scène internationale. Cette initiative découle d'une décision politique visant à protéger les intérêts économiques et géopolitiques de la France, tout en promouvant la langue française. Son objectif était de transmettre des connaissances spécialisées dans des domaines tels que le tourisme, la médecine et le droit. Enseigné dans des contextes professionnels ou universitaires, le FST se caractérise par un vocabulaire spécifique adapté aux besoins des publics concernés, comme l'indique Holtzer.

L'appellation "français de spécialité" découle d'une décision politique prise à la fin des années 1950, dans un contexte de protection des intérêts économiques de la France et de son influence géopolitique, notamment dans les pays en développement, dont les anciennes colonies françaises, face à l'essor de l'anglais.

De plus, l'appellation "français de spécialité" a été adoptée à partir de l'appellation du français scientifique et technique, qui était utilisée à l'époque pour désigner cette langue spécialisée dans les domaines scientifiques et techniques. Le français de spécialité était ainsi employé dans le cadre de l'enseignement professionnel ou universitaire, destiné à des publics spécifiques étudiant le français dans une perspective professionnelle ou académique.

2. La langue générale (LG)

La langue générale, également connue sous le nom de langue commune, est la langue que nous utilisons dans notre vie quotidienne, que ce soit à la maison, au travail, dans les interactions sociales ou dans les médias. Elle englobe une variété d'expressions, de mots et de phrases que nous utilisons naturellement pour exprimer nos idées, nos émotions et nos besoins. Cette langue est en constante évolution, influencée par les tendances culturelles, sociales et linguistiques.

Maria Teresa Cabré a décrit la langue générale comme étant composée d'un ensemble diversifié de sous-codes utilisés par les locuteurs en fonction de leurs dialectes et de leurs besoins d'expression dans différentes situations de communication. Malgré cette

diversité, chaque langue possède un ensemble commun de règles, d'unités et de restrictions connues de la plupart de ses locuteurs. Cet ensemble constitue ce qu'on appelle la langue commune ou générale.

De plus, selon cette linguiste, la langue générale est celle qui est employée quotidiennement dans la communication et dans divers contextes de communication. Elle est dite commune car elle est partagée par des locuteurs utilisant le même code linguistique.

3. Le français langue d'installation

Le Français Langue d'Installation (FLI), également désigné comme le Français Langue d'Intégration, a été conceptualisé par Catherine Carass en 1990, chercheuse et spécialiste en linguistique appliquée. Cette approche est dédiée à un groupe spécifique : les adultes migrants en France. Son objectif principal est de faciliter leur intégration sociale, économique et citoyenne dans la société française.

Contrairement à d'autres programmes d'apprentissage de la langue française, le FLI cible exclusivement les adultes migrants et vise à répondre à leurs besoins linguistiques particuliers pour réussir leur intégration en France.

Les programmes FLI sont élaborés pour fournir une formation linguistique adaptée aux adultes migrants, en tenant compte de leurs compétences linguistiques antérieures, de leur niveau d'éducation, de leurs aspirations personnelles et professionnelles, ainsi que de leur contexte social et culturel.

Les cours de FLI couvrent généralement un large éventail de compétences linguistiques, comprenant la compréhension orale et écrite, l'expression orale et écrite, ainsi que le vocabulaire et la grammaire spécifiques aux situations de la vie quotidienne en France.

En somme, le FLI est un programme spécifiquement conçu pour aider les adultes migrants à développer les compétences linguistiques nécessaires pour s'intégrer avec succès dans la société française.

Section 02 : Regard sur le FOS

1. La définition du FOS

Le Français sur Objectifs Spécifiques (FOS) constitue une branche distincte de la didactique du français langue étrangère (FLE), et sa première conceptualisation remonte aux années 1960 grâce au linguiste français Robert Galisson. Ce concept englobe une formation linguistique conçue pour des apprenants ou des professionnels dans le but de développer rapidement les compétences et connaissances nécessaires dans leur domaine spécifique. Le FOS se concentre sur des secteurs particuliers tels que la médecine, le droit, le journalisme, les arts, l'économie, etc., et s'adresse à ceux qui cherchent à acquérir du français spécialisé pour atteindre des objectifs précis.

En outre, le Français sur Objectifs Spécifiques (FOS) se distingue par son orientation ciblée vers des domaines professionnels ou académiques spécifiques. Son objectif principal est de répondre aux besoins linguistiques particuliers des apprenants dans des contextes précis tels que la santé, le droit, les médias, les arts, les affaires, et bien d'autres encore. Contrairement à l'enseignement général du français langue étrangère (FLE), le FOS se focalise sur des objectifs définis et immédiats, ce qui le rend particulièrement efficace pour les professionnels et les étudiants ayant des exigences linguistiques spécifiques liées à leur domaine d'activité.

À travers l'utilisation de méthodes pédagogiques adaptées et de contenus de cours pertinents, le FOS offre une approche sur mesure qui permet aux apprenants de progresser rapidement et efficacement dans leur acquisition de la langue française, tout en répondant aux exigences linguistiques spécifiques de leur domaine professionnel ou académique.

2. La définition du F.O.S selon les spécialistes (revu de littérature)

De nombreux chercheurs ont exploré le domaine du Français sur Objectifs Spécifiques (FOS), parmi lesquels figurent les pionniers de cette approche tels que Mangiante, Parpette, Lehmann, Tauzin, J. Pierre Cuq, Carass, et d'autres encore.

Selon Tauzin, le FOS ne consiste pas simplement à enseigner ou à apprendre le français, mais plutôt à acquérir du français « pour » quelque chose de spécifique. Il s'agit ainsi d'une acquisition linguistique orientée vers des objectifs professionnels ou

académiques, que ce soit pour travailler dans un domaine spécifique ou pour poursuivre des études.

Pour Lehmann : le FOS représente un aspect pratique du Français Langue Étrangère (FLE), où les apprenants peuvent implicitement assimiler tous les aspects de la langue française, surtout ceux nécessaires pour évoluer dans le domaine professionnel.

Les premiers concepteurs du FOS, Mangiante et Parpette, le définissent comme :

> Une approche qui couvre toutes les situations, spécialisées ou non, en se concentrant sur les demandes et les besoins spécifiques d'un public donné. Ils insistent sur le caractère individualisé de cette approche, qui s'adapte métier par métier aux besoins de chaque groupe d'apprenants.

Challe et Lehmann décrivent le FOS comme une composante de la méthodologie du FLE, destinée à un public adulte, souvent en quête de compétences communicatives professionnelles précises. Cette approche est à la fois spécifique à un domaine et rapidement opérationnelle.

Cette même définition du FOS se retrouve dans l'entrée « Français sur objectifs spécifiques » du Dictionnaire de didactique du Français langue étrangère et seconde :

> Le Français sur Objectifs Spécifiques (FOS) est né de la nécessité d'adapter l'enseignement du Français Langue Étrangère (FLE) à des adultes cherchant à développer ou à perfectionner leurs compétences en français pour des besoins professionnels ou académiques. Dans cette approche fonctionnelle d'enseignement et d'apprentissage, l'objectif principal n'est pas simplement de maîtriser la langue en elle-même, mais plutôt d'acquérir des compétences linguistiques spécifiques pour des situations de communication professionnelles ou académiques précises.

Blackie définit le FOS comme des programmes éducatifs conçus pour des groupes d'apprenants partageant des objectifs spécifiques, où les compétences linguistiques nécessaires sont quantifiées et formulées en termes de communication.

Selon Munby, le FOS se concentre sur les besoins immédiats des apprenants dans des situations de la vie réelle, en mettant l'accent sur les tâches qu'ils doivent accomplir avec succès. Contrairement à un simple succès dans un cours ou un examen de français, le FOS vise à répondre aux besoins concrets et axés sur les tâches des apprenants.

D'après la définition de Qotb, le FOS est une branche de la didactique du FLE, visant à répondre aux besoins spécifiques en langue de toute personne désirant apprendre le français « général ».

Ainsi, le FOS représente une approche de l'enseignement du FLE centrée sur les besoins linguistiques particuliers d'un public appartenant à un domaine professionnel spécifique, mettant l'accent sur le développement de programmes d'enseignement adaptés plutôt que sur l'acquisition générale de la langue.

3. L'historique du FOS

Le "français sur objectifs spécifiques" (FOS) est un concept récent, dérivé du "English for Specific Purposes" (ESP) de Hutchinson et Waters. Il se concentre sur les raisons spécifiques pour lesquelles un apprenant veut apprendre une langue, en particulier les adultes ayant des besoins professionnels ou académiques précis dans un temps limité. L'objectif est d'aligner l'enseignement sur des tâches spécifiques et utiles, plutôt que sur l'apprentissage général de la langue.

Apparu dans les années 1980, le FOS répond aux besoins immédiats des apprenants adultes. Bien que similaire au "français de spécialité", il se distingue par son accent sur les objectifs précis des apprenants. Le FOS reflète une évolution de l'enseignement du français, mettant en avant les besoins individuels et contextuels.

Le FOS n'est pas isolé, mais résulte de recherches en didactique des langues visant des publics spécifiques. Au fil du temps, le FOS a évolué sous différentes dénominations, telles que le français militaire, le français scientifique et technique, le français fonctionnel, le français instrumental, et même l'approche communicative. Actuellement, le "français sur objectifs spécifiques", au pluriel, est considéré comme une version plus aboutie de toutes les appellations précédentes, en particulier l'approche communicative.

4. Évolution de FOS

Au fil du temps, le FOS a connu plusieurs développements et changements d'appellations. Initialement appelé français militaire, il a évolué vers le français scientifique et technique, puis vers le français instrumental et le français fonctionnel. Plus récemment, il a adopté une nouvelle appellation qui reflète son évolution et sa nature

actuelle. Ce terme reformulé met en évidence l'adaptation continue du FOS aux besoins changeants des apprenants et aux évolutions de la didactique des langues.

4.1.Le Français militaire

Le Français militaire, également désigné sous l'appellation de français sur objectifs spécifiques (FOS) dans le domaine militaire, trouve ses origines dans les années vingt du siècle dernier, lorsque l'armée française a mis en place une commission chargée de concevoir un manuel de français destiné aux soldats non-francophones engagés dans ses rangs, notamment les Algériens, Sénégalais, Marocains, etc. Publié en 1927, ce manuel, intitulé "Règlement provisoire du 7 juillet pour l'enseignement du français aux militaires indigènes", a été élaboré pour répondre au besoin de renforcer l'efficacité de la contribution de ces soldats, notamment dans les colonies africaines, à la suite de la Première Guerre mondiale.

4.2.Le français scientifique et technique

Le Français Scientifique et Technique (FST) représente une approche particulière de l'enseignement du français langue étrangère (FLE), visant à doter les apprenants des compétences linguistiques essentielles pour une communication efficace dans des environnements scientifiques et techniques. Cette méthode a vu le jour à la fin des années 1950, principalement en réponse à la prédominance croissante de l'anglais dans les anciennes colonies françaises, dans un contexte de préservation des intérêts économiques et géopolitiques de la France.

Le FST (Français Scientifique et Technique) se focalise sur l'apprentissage du lexique scientifique et technique, utilisant des méthodes structuralistes comme les SGAV. Il est enseigné en trois niveaux : langue courante, vocabulaire scientifique général (VGOS), et vocabulaire spécifique à chaque discipline (VGOM, VIEM, etc.).

Avec le temps, l'approche s'est orientée vers une perspective discursive, mettant l'accent sur le discours scientifique. Le FST s'adapte aux besoins des apprenants, offrant une formation spécialisée en fonction des évolutions pédagogiques et linguistiques.

4.3.Le français instrumental

Le français instrumental se distingue comme une méthode spécifique de l'enseignement du français langue étrangère (FLE), mettant l'accent sur l'utilisation pratique de la langue dans des contextes professionnels ou académiques déterminés. Contrairement à d'autres approches axées sur l'acquisition générale des compétences linguistiques, le français instrumental se concentre sur l'outillage linguistique nécessaire pour accomplir des tâches spécifiques, telles que la lecture de documents techniques ou la recherche d'informations dans des domaines spécialisés.

G. Holtzer définit le français instrumental comme suit :

> Un type d'enseignement fonctionnel du français qui concerne un public défini (des étudiants de l'université), est circonscrit à des activités précises (lire de la documentation spécialisée), limité à des objectifs déterminés (l'accès à l'information scientifique et plus largement au savoir), dans le cadre de filières d'études universitaires où une large partie de la documentation académique n'est disponible qu'en français.

Cette approche trouve souvent son application dans les milieux universitaires où les étudiants ont besoin de maîtriser le français pour accéder à des ressources et informations cruciales pour leur domaine d'études. Par exemple, un étudiant en sciences pourrait recourir au français instrumental pour lire des articles de recherche ou des manuels académiques dans sa discipline.

Cette méthode a rencontré moins de succès en France, étant perçue comme trop techniciste, mais a été mieux accueillie en Amérique latine pour ses applications pratiques. Elle a conduit à des recherches sur la compréhension des textes spécialisés et les stratégies de lecture en FLE. L'appellation "français instrumental" a progressivement été remplacée par "français fonctionnel", soulignant l'utilisation pratique de la langue dans divers contextes.

4.4.Le français fonctionnel

Dans les années 1970, une nouvelle approche de l'enseignement du français, appelée "français fonctionnel", a émergé en réponse à la crise économique et aux évolutions didactiques. Destinée principalement aux bénéficiaires de bourses du gouvernement français, cette méthode se concentre sur les besoins spécifiques des apprenants, adoptant une perspective fonctionnelle. L'accent est mis sur la conception de programmes basés sur une évaluation minutieuse des besoins des apprenants.

L'appellation a évolué vers "enseignement fonctionnel du français", soulignant l'adaptation aux contextes d'apprentissage et aux objectifs spécifiques des apprenants. Bien que critiquée, cette approche a été essentielle dans la propagation d'une méthodologie centrée sur les besoins, influençant de nombreuses approches communicatives contemporaines.

Selon Lehmann …l'expression français fonctionnel :

> (…) n'a pas grand sens en termes didactiques, contrairement à l'expression enseignement fonctionnel du français : par-delà les différences de publics et de contenus, est fonctionnel tout enseignement mettant en œuvre des pratiques qui sont en adéquation avec les objectifs assignés (…). Il n'y a donc pas de langages, et encore moins de langues, fonctionnels, mais des enseignements plus ou moins fonctionnels de tel ou tel aspect langagier dans telle ou telle situation. ».

4.5.Le Français sur Objectifs Spécifiques

Le Français sur Objectifs Spécifiques (FOS) représente la phase ultime dans le développement de ce domaine linguistique particulier. Inspiré par l'expression anglaise "English for Special Purposes" (ESP), le FOS se démarque par son attention portée à l'apprenant, qui constitue le pivot de toute approche éducative. Face à des contraintes de temps, les apprenants en FOS s'efforcent d'atteindre leurs objectifs dans les délais les plus courts possibles.

4.6.Le Français Langue Professionnelle

Au seuil du troisième millénaire, le FOS entame une nouvelle ère de progression, ajustant ses stratégies pour répondre aux besoins du marché, particulièrement en réaction à une demande grandissante du monde du travail.

4.7.Le Français sur Objectifs Universitaires

Le Français sur Objectifs Universitaires émerge comme un nouveau concept dans le domaine de l'enseignement du français suite à la présence des étudiants allophones dans les universités francophones comme le précise Mangiante et Parpette :

> Les étudiants allophones constituent actuellement environ 15% des effectifs des universités françaises. Arrivant de systèmes d'enseignement différents, voire très éloignés, avec une maitrise de la langue souvent peu stabilisée, beaucoup d'entre eux

auraient besoin d'un accompagnement d'intégration, qui, sous des formes diverses, existe, mais reste encore largement à construire. Un des aspects majeurs de cette intégration réside dans une formation linguistique solide, adaptée aux besoins générés par des situations langagières exigeantes. Cette sollicitation forte est en train de faire émerger au sein du fle le Français sur objectif universitaire.

Il se spécialise ainsi au sein du FOS pour préparer les étudiants étrangers à poursuivre leurs études dans des pays francophones.

5. Le FOS : historique et conceptualisation

Voici un tableau qui explore l'historique de FOS et la conceptualisation, ce tableau est créé par Dr. Yahia helali dans sa thèse de doctorat.

Tableau 1: Historique de FOS et la conceptualisation

<table>
<tr><th>LeFOS, historique et conceptualisation</th><th>Le français sur objectif professionnel</th><th>Le français sur objectif universitaire ou deformation</th></tr>
<tr><td>Les années 1920</td><td>Le français militaire</td><td></td></tr>
<tr><td>Les années 1960</td><td>Le français de spécialité</td><td rowspan="2">Le français scientifique et technique : le français fondamental (CREDIF) :

Ex: Voix et imagesmédicales

Le français instrumental</td></tr>
<tr><td>Les années 1970</td><td>Le français fonctionnel</td></tr>
<tr><td>Les années 1980</td><td colspan="2">Enseignement fonctionnel du français</td></tr>
<tr><td>Les années 1990</td><td colspan="2">Le Français sur Objectifs Spécifiques (FOS)
Le français de spécialité
Les langues spécialisées</td></tr>
<tr><td>Les années 2000</td><td>Le français sur objectif spécifique</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Le françaislangue professionnelle / des métiers</td><td></td></tr>
<tr><td>Les années 2010</td><td></td><td>Le françaissurobjectifuniversitaire</td></tr>
</table>

6. La spécificité de FOS

6.1.Les besoins précis et spécifiques

Dans le cadre du FOS, les besoins spécifiques font référence aux exigences linguistiques et communicatives particulières des apprenants dans leur domaine professionnel ou académique. Contrairement à l'apprentissage général de la langue, qui vise une maîtrise globale, le FOS se concentre sur les compétences linguistiques nécessaires pour accomplir des tâches précises dans un contexte professionnel ou académique donné. Par exemple, un professionnel du tourisme aura besoin de compétences linguistiques spécifiques pour accueillir les clients, gérer les réservations et répondre aux demandes d'information.

6.2.Formation sur mesure ou formation à la carte

La formation personnalisée ou sur mesure dans le domaine du FOS implique la création et l'exécution de programmes de formation qui répondent aux besoins spécifiques des apprenants ou des stagiaires. Au lieu de suivre un programme standard, les participants ont la possibilité de sélectionner les contenus, les compétences et les objectifs qui correspondent le mieux à leurs besoins professionnels ou académiques. Cette approche favorise une adaptation maximale de la formation, ce qui entraîne souvent une augmentation de son efficacité et de sa pertinence pour les apprenants.

6.3.Diversité et centration sur le public FOS (apprenants ou stagiaires)

La variété et la focalisation sur le public dans le FOS impliquent de reconnaître et de tenir compte des différences individuelles parmi les apprenants ou les stagiaires. Étant donné que les publics du FOS peuvent provenir de divers horizons professionnels, académiques et culturels, il est crucial de concevoir des programmes qui répondent à leurs besoins particuliers et qui prennent en considération leurs compétences linguistiques existantes, leurs aspirations professionnelles et leurs préférences d'apprentissage.

6.4.Contraintes temporelles (la durée limitée)

Les contraintes de temps dans le FOS se réfèrent à la période limitée dont disposent les apprenants ou les stagiaires pour suivre une formation linguistique. En raison de leurs obligations professionnelles ou académiques, les apprenants en FOS peuvent avoir des horaires chargés et ne peuvent consacrer qu'un temps restreint à l'apprentissage de la langue. Ainsi, les programmes de formation doivent être élaborés de manière à optimiser

l'efficacité de l'apprentissage dans le laps de temps disponible, en tenant compte de la disponibilité et des contraintes temporelles des apprenants.

6.5.Autres concepts liés au Fos

1. **Les besoins** : Ce terme désigne les compétences linguistiques, communicationnelles et tactiques qu'un étudiant doit acquérir pour atteindre ses objectifs de formation. L'analyse des exigences implique l'évaluation des situations de communication auxquelles l'étudiant sera confronté après sa formation, ainsi que la détermination des compétences linguistiques nécessaires pour les aborder.
2. **Équipe FOS :** Il s'agit d'un groupe d'enseignants spécialisés dans l'enseignement du français à des fins spécifiques, dirigés par un coordinateur pédagogique au sein d'une institution telle qu'un institut ou une alliance française. Ce groupe collabore pour élaborer des programmes de formation conformes à l'approche FOS, en s'adaptant aux besoins, en partageant des ressources et des compétences, et en développant une banque de ressources pédagogiques.
3. **Demande de formation spécifique:** Cette demande concerne un groupe homogène d'étudiants partageant un objectif de formation commun, appartenant à la même institution et au même domaine spécialisé. Elle vise à mettre en œuvre un projet de communication nécessitant une utilisation spécialisée de la langue, en ciblant un nombre spécifique de situations connues. Souvent, cette demande est associée à un besoin urgent de formation, marquant ainsi le début du processus FOS.
4. **Discours spécialisés :** Contrairement aux simples textes, les discours intègrent à la fois le texte et son contexte (environnement, situation de communication, textes antérieurs, parallèles et postérieurs). Les discours spécialisés se rapportent au contexte spécifique du monde professionnel ou académique, mettant en évidence les aspects linguistiques (vocabulaire spécialisé, structure de phrases, types de discours et fonctions récurrentes) ainsi que les aspects culturels et tactiques.
5. **Enseignant-concepteur :** Ce terme désigne le rôle d'un enseignant FOS qui conçoit un programme éducatif "sur mesure" en fonction de sa connaissance approfondie de son public étudiant particulier, en tenant compte des contraintes de leur institution et en suivant l'approche FOS. Cette phase de conception va au-delà

de la simple préparation de cours à partir de manuels ou de documents authentiques et doit être reconnue par l'employeur de l'enseignant.

6. **Objectif spécifique :** Il s'agit de l'objectif final partagé par un groupe d'étudiants issus de la même institution, qui demandent une formation en français pour réaliser un projet de communication spécifique, nécessitant une utilisation spécialisée de la langue dans des situations professionnelles ou académiques.
7. **Collecte de données authentiques :** Cette étape essentielle de la démarche FOS, située entre l'analyse des besoins et le développement pédagogique, consiste à recueillir des discours oraux et écrits sur le terrain où les étudiants pratiqueront le français après la formation. Ces données authentiques diffèrent des données médiatisées (par exemple, issues de la presse) ou pédagogiques présentes dans les manuels.
8. **Les besoins langagiers :**Les besoins linguistiques se réfèrent à un ensemble de lacunes et de difficultés que l'étudiant rencontre dans l'apprentissage de la langue. Ces besoins varient d'un individu à l'autre ; par exemple, certains peuvent éprouver des difficultés en grammaire et en écriture, tandis que d'autres peuvent rencontrer des défis en expression orale.

Selon (Jean-PierreROBERT, 2008) :

> Le besoin est une exigence née dela nature ou de la vie sociale. Si le besoin de manger et de boire relève des exigences de la nature humaine, celui de communiquer est imposé par la vie en société. Or l'acte de communication exigeant la parole , on parle alors de besoins langagiers

Les besoins du français spécifique est un terme employé dans des domaines variés et dans cette recherche signifie le français du tourisme et de l'hôtellerie. Un étudiant en école hôtellerie a des besoins langagiers pour maitriser un niveau d'expression orale ou écrite spécialisée dans son domaine. Ce domaine à sa propre vision de la communication , un lexique spécialisé ,des formulations caractéristiques des actes de parole

7. Les types de public

Dans leur article, J-C. Beacco et D. Lehmann distinguent quatre types de publics pour la formation en français sur objectifs spécifiques (FOS) :

1. **Un public étudiant :** Ce groupe comprend principalement des étudiants poursuivant des études supérieures et ayant besoin d'une maîtrise spécifique du français pour leurs études.
2. **Un public d'agents de l'État :** un groupe est composé de fonctionnaires et autres employés de l'État qui nécessitent des compétences linguistiques pour des raisons professionnelles.
3. **Un public du secteur privé :** Cette catégorie inclut les employés et les cadres du secteur privé, où la maîtrise du français est nécessaire pour des objectifs professionnels spécifiques.
4. **Un public mal cerné :** Ce groupe est constitué d'individus divers cherchant à augmenter leurs chances d'obtenir de nouvelles opportunités professionnelles grâce à la formation FOS.

8. Les Caractéristiques des Publics

Les apprenants du FOS sont souvent des adultes déjà engagés dans la vie professionnelle. Leurs caractéristiques principales sont :

- **Conscience de leurs besoins et objectifs :** Ils savent généralement ce qu'ils veulent accomplir avec la formation et pourquoi ils en ont besoin.
- **Disponibilité limitée :** les apprenants ont souvent peu de temps à consacrer à la formation en raison de leurs engagements professionnels ou personnels.
- **Recherche de rentabilité :** Ils visent à obtenir un retour sur investissement rapide et tangible de leur formation, que ce soit en termes de compétences acquises ou d'opportunités professionnelles.
- **Motivation professionnelle ou sociale élevée :** Leur motivation est généralement forte, soit pour des raisons de progression de carrière, soit pour des objectifs personnels importants.

9. Le français sur objectifs spécifiques (FOS) vs les langues de spécialité (LS)

Le français de spécialité et le FOS présentent des similitudes étroites en ce qui concerne leurs objectifs et leur philosophie. J.-M. Mangiante et C. Parpette (2004) ont clarifié la distinction entre ces deux termes, soulignant deux logiques différentes sur le plan institutionnel et didactique.

Le français de spécialité correspond à une approche globale d'une discipline ou d'un domaine professionnel, ouverte à un large public, et visant à couvrir la diversité du champ traité. En revanche, le FOS se concentre sur des demandes et des besoins spécifiques d'un public déterminé, travaillant métier par métier pour répondre à ces exigences précises.

Alors que le français de spécialité se base sur un ensemble de ressources et de méthodes pédagogiques centrées sur des domaines spécialisés, le FOS se caractérise par une ingénierie de formation sur mesure, prenant en compte chaque demande de manière unique. C'est pourquoi le FOS s'écrit au singulier, reflétant sa singularité.

La distinction entre les langues de spécialité (LS) et le FOS est mise en évidence par Mangiante et Parpette, principalement dans leur champ d'application et leur approche pédagogique.

Les langues de spécialité se réfèrent à l'enseignement des langues étrangères dans des contextes professionnels ou académiques spécifiques, visant à fournir aux apprenants les compétences linguistiques nécessaires pour communiquer efficacement dans leur domaine d'expertise.

En revanche, le FOS est une branche spécifique de la didactique du FLE qui se concentre sur l'enseignement du français dans des contextes professionnels ou académiques spécifiques. Son objectif est de développer rapidement les compétences linguistiques des apprenants dans des domaines tels que le médical, le juridique, l'artistique, etc., en se focalisant sur des objectifs précis et immédiats.

Ainsi, bien que les langues de spécialité et le FOS partagent un objectif commun d'enseigner des langues étrangères dans des contextes spécialisés, le FOS se distingue par son orientation spécifique vers l'enseignement du français dans ces contextes, tandis que les langues de spécialité peuvent inclure l'enseignement de différentes langues étrangères dans divers domaines spécialisés.

Pour illustrer la distinction entre le FOS et le français de spécialité, prenons deux exemples de cours de l'université Lyon 2 :

Exemple 1 : Des étudiants chinois sélectionnés par le département de sciences économiques suivent un stage de français d'un semestre intitulé "Préparation linguistique aux études de gestion" avant d'entrer en Licence de sciences économiques et gestion.

Exemple 2 : Des étudiants de niveau intermédiaire, dans le cadre d'une formation généraliste de français, choisissent une option de "français de l'économie", sans orientation claire vers un avenir universitaire ou professionnel.

10. Le français de spécialité et le FOS

Les auteurs, J-M Mangiante et Chantal Parpette, établissent une distinction entre le français de spécialité (FDS) et le français sur objectifs spécifiques (FOS), expliquant pourquoi ils préconisent la seconde approche plutôt que la première :

> Alors que le français de spécialité adopte une approche globale en enseignant le français dans le contexte d'une discipline ou d'un domaine professionnel, visant un large public, le FOS se concentre sur des besoins spécifiques, adaptant l'enseignement au cas par cas, métier par métier, en réponse aux demandes précises d'un public cible.

Cette distinction met en évidence l'approche personnalisée du FOS, qui assure une meilleure correspondance entre l'enseignement dispensé et les besoins réels des apprenants.

Voici un tableau comparatif entre le FLS et le FOS :

Tableau 2: Comparaison entre le FLS et le FOS

Le français de spécialité	Le FOS
✓ Ancré dans une spécialité ou un champ professionnel ✓ Logique de l'offre ✓ Approche globale d'une discipline ou branche professionnelle ✓ Public large	✓ Couvre toutes les situations, que celles-ci soient ancrées ou non dans une spécialité ✓ Logique de la demande ✓ Approche au cas ✓ Public précis en fonction des domaines et des besoins

Section 03 : Les concepts FLE /FOS/FLP/FOU

1. Clarification des concepts FLE/FOU/FLP

1.1.Le FLE

Le Français Langue Étrangère (FLE), souvent désigné par l'acronyme FLE, se concentre sur l'enseignement et l'apprentissage de la langue française auprès de personnes pour qui le français n'est pas la langue maternelle. L'objectif principal est de permettre aux apprenants d'acquérir les compétences linguistiques nécessaires pour communiquer

efficacement en français dans divers contextes culturels, professionnels ou touristiques. Bien qu'il soit souvent étudié dans le même domaine que le Français Langue Seconde (FLS) et l'alphabétisation, le FLE est spécifiquement axé sur l'enseignement de la langue française aux non-francophones.

Selon Jean Pierre Cuq (1991), le FLE peut être défini comme suit : « Toute langue non maternelle est considérée comme une langue étrangère dès lors qu'elle représente, pour un individu ou un groupe, un ensemble de connaissances encore inconnues, une potentialité, un nouveau domaine d'apprentissage ».

En résumé, le FLE vise à fournir aux apprenants non natifs les connaissances et compétences linguistiques nécessaires pour communiquer efficacement en français dans diverses situations de la vie quotidienne, professionnelle ou académique.

1.2.Le FOU

Le Français sur Objectifs Universitaires (FOU) est une approche pédagogique qui se concentre sur la préparation des étudiants inscrits dans des filières universitaires francophones à développer trois compétences fondamentales : linguistiques, méthodologiques et disciplinaires. Comparable au concept de Français sur Objectifs Spécifiques (FOS), cette méthode permet à l'apprenant d'acquérir des compétences linguistiques spécifiques en fonction de ses besoins, tout en tenant compte des exigences propres à l'environnement universitaire. Le FOU se présente comme une déclinaison du FOS adaptée au contexte universitaire, destinée aux étudiants non francophones poursuivant leurs études supérieures en français. Il prend en considération une gamme variée de situations, chacune avec ses propres demandes, opportunités et limitations, en intégrant les contextes, les compétences pédagogiques et les stratégies institutionnelles

À travers l’ouvrage de Jean-Marc Mangiante et Chantal Parpette publié la définition est la suivante :

> « LE FOU apparaît bien comme une déclinaison du FOS, dans son approche centrée sur la communication linguistique des besoins d’un public cible dessiné par le commanditaire de la mission de projet d’intégration universitaire nécessite une

maîtrise linguistique adaptée aux situations de communication spécifiques à la vie universitaire dans son ensemble. »

Depuis le colloque du Forum Heracles en juin 2009, intitulé "Le Français sur Objectifs Universitaires", et la publication de l'ouvrage de Jean-Marc Mangiante et Chantal Parpette en 2011, intitulé "Le français sur objectif universitaire", le concept de FOU ne cesse de prendre de l'ampleur. Dans cette perspective, le symposium intitulé "Le français sur objectif universitaire, entre apports théoriques et pratiques sur le terrain", avait pour objectif de rassembler des contributions répondant à la question de l'intégration linguistique et de la réussite académique des étudiants allophones dans l'enseignement supérieur en français, que ce soit en France ou à l'étranger. En effet, les défis rencontrés dans la mise en œuvre du FOU rendent aujourd'hui indispensable une réflexion sur les liens entre la théorie et la pratique, non seulement du point de vue linguistique, mais aussi du point de vue didactique, dans le contexte du français en tant que langue étrangère, seconde ou maternelle.

1.3.Le FLP

Le Français Langue Professionnelle (FLP) est une méthode d'enseignement du français spécialement conçue pour les individus appelés à exercer leur profession exclusivement en français. Contrairement au Français sur Objectifs Spécifiques (FOS), qui vise à développer des compétences linguistiques restreintes pour les non-natifs dans leur contexte professionnel spécifique, le FLP englobe à la fois les locuteurs natifs et non natifs, s'appliquant à divers contextes tels que le Français Langue Étrangère (FLE), le Français Langue Maternelle (FLM) et le Français Langue Seconde (FLS). Il adopte une approche à la fois généraliste et spécialisée, se diversifiant par branche et par métier, dans le but de préparer les individus à maîtriser le français dans leur domaine professionnel spécifique. Selon Florence Mourlhon-Dallies, le Français Langue Professionnelle représente un domaine d'étude intermédiaire entre le français de spécialité et le français sur objectifs spécifiques.

Jean Marc Mangiante a également abordé le sujet du FLP, en mettant en avant son orientation pratique, ainsi que le statut et la position des métiers dans un contexte homoglotte. Cette perspective a été soulignée lors d'une conférence à l'université de Mons.

2. La différenciation entre différents concepts

2.1.La différence entre le FLE et le FOS

La différence fondamentale entre le Français Langue Étrangère (FLE) et le Français sur Objectifs Spécifiques (FOS) réside principalement dans leur objectif d'enseignement. Alors que le FLE se concentre sur l'enseignement du français à des individus pour qui ce n'est pas la langue maternelle, généralement dans un cadre généraliste, afin de faciliter leur intégration sociale, culturelle et professionnelle dans un environnement francophone, le FOS est orienté vers l'acquisition du français dans des domaines spécialisés comme la médecine, le droit, l'économie, etc. Cela permet de répondre de manière ciblée aux besoins spécifiques des apprenants dans leur domaine professionnel ou académique.

Tableau 3: la différence entre le FLE et le FOS

Le français général	Le français sur objectif spécifique
Objectif large	Objectif précis
Formation à moyen et à long terme	Formation à court terme
Diversité thématique et diversité de compétences	Centration sur certaines situations et compétences cibles
Matériel existant	Matériel à élaborer
Contenu maitrisé par l'enseignant	Contenu nouveau, à priori non maitrisé par l'enseignant
Travail autonome de l'enseignant	Public nombreux et généralement libre

2.2.La différence entre le FOS et le FOU

Le Français sur Objectifs Spécifiques (FOS) et le Français sur Objectifs Universitaires (FOU) se distinguent principalement par leur public cible et leurs objectifs d'apprentissage. Alors que le FOS s'adresse à des apprenants ou des professionnels dans des domaines spécifiques tels que le médical, le juridique, l'économique, etc., en se concentrant sur le développement de compétences linguistiques précises pour répondre à des besoins professionnels ou académiques particuliers, le FOU est spécifiquement destiné aux étudiants des filières universitaires francophones. Le FOU vise à développer trois compétences essentielles : linguistique, méthodologique et disciplinaire, afin de préparer les étudiants à suivre une formation universitaire complète en français. Contrairement au

FOS, le FOU met l'accent sur les exigences linguistiques et méthodologiques spécifiques à l'université.

Tableau 4: la différence entre le FOS et le FOU

F.O.U (français sur objectif universitaire)	F.O. S
Hétérogénéité des spécialités, les formes et les procédures	Une seule spécialité
Donner une nouvelle dimension au français langue de communication scientifique	Apprendre du français et non le français
Acquérir des compétences langagières, disciplinaires et méthodologiques	Acquérir des compétences de communication professionnelle
Public nombreux et généralement libre	Public restreint et encadré

Source : Elaboré par nous-mêmes.

2.3.La différence entre le FOS et le FLP

Le Français sur Objectifs Spécifiques (FOS) et le Français Langue Professionnelle (FLP) se différencient principalement par leur champ d'application et leurs objectifs pédagogiques. Alors que le FOS se concentre sur l'enseignement du français dans des domaines spécialisés tels que le médical, le juridique, l'économique, etc., en mettant l'accent sur l'acquisition de compétences linguistiques spécifiques pour répondre aux besoins professionnels ou académiques des apprenants, le FLP vise à préparer les individus à utiliser le français dans tous les aspects de leur profession. Contrairement au FOS qui cible des compétences linguistiques spécifiques pour des contextes professionnels particuliers, le FLP s'adresse à des personnes devant exercer leur profession entièrement en français, que ce soit dans la pratique de leur métier, les aspects juridiques et institutionnels, ou les échanges professionnels avec leurs collègues et leur hiérarchie.

Tableau 5: la différence entre le FOS et le FLP

Le français sur objectif professionnel	Le français sur objectif spécifique
Destiné aux professionnels dans un domaine bien précis.	Destiné aux publics : professionnels et étudiants
Public homogène	Public hétérogène
Le FLP concerne même des personnesqui occupent des postes de « basniveau » sans diplômes particuliers (vu leur manque de	Le FOS répond aux besoinslangagiers d'employés dotés d'unecertaine qualification.

qualification).	
Le FLP peut traiter dans un mêmegroupe des natifs et des non natifs qui pratiquent le français comme langue étrangère, et s'applique aussi à des enseignements en français languematernelle (FLM), français langue seconde (FLS) et français langue étrangère (FLE) (il prend en charge toute sorte de public y compris lesdébutants).	Le FOS se situe uniquement dansle champ du FLE en s'intéressant àun public bien précis qui maitriseplus ou moins la langue.
Le FLP peut traiter de différents métiersd'un même domaine en regroupantdans un même cours plusieurs métiers.	Le FOS s'intéresse à un public bien précis.
Le FLP ne prend en charge que le côté professionnel. Il se soucie de l'acquisition de compétences langagières associées à lacommunication sur / dans le métier et à certaines compétences spécifiques à la profession elle-même.	Le FOS se préoccupe du côté institutionnel (académique) ainsi que du côté professionnel.

Source : Elaboré par nous-mêmes.

3. Les caractéristiques de FLP /FOS/FOU/FLE

Dans le domaine de l'enseignement du français à des fins spécifiques, notamment dans un contexte professionnel, on trouve souvent des acronymes tels que FOS, FLP, FOU et Français de spécialité. Bien que ces termes puissent sembler similaires, ils désignent en réalité des concepts distincts qu'il est important de différencier pour une compréhension précise. Souvent, on regroupe toutes les ressources pédagogiques en français professionnel sous le terme générique de FOS, mais c'est une classification erronée. En réalité, une approche en français professionnel, même bien conçue, ne peut pas remplacer une démarche spécifique adaptée aux besoins des apprenants. De même, un manuel de FLE ne dispense pas l'enseignant de personnaliser ses cours en fonction des objectifs et des compétences linguistiques visés. Ainsi, il est crucial de clarifier les différentes caractéristiques de ces termes pour mieux comprendre l'enseignement du français à des fins spécifiques.

- **FLP (Français sur Objectifs Professionnels) :** Il s'agit d'un enseignement du français axé sur des objectifs professionnels spécifiques. Les caractéristiques de FLP incluent :

✓ Centration sur les besoins linguistiques et communicatifs liés à un domaine professionnel ou à des situations de travail spécifiques.

- ✓ Utilisation de supports et de contenus authentiques liés au domaine professionnel des apprenants.
- ✓ Apprentissage axé sur la pratique des compétences de communication nécessaires dans le contexte professionnel visé.
- ✓ Intégration de tâches et d'activités authentiques liées au monde du travail.
- ✓ Évaluation basée sur les compétences linguistiques et communicatives requises dans le domaine professionnel ciblé.

- **FOS (Français sur Objectifs Spécifiques) :** Il s'agit d'un enseignement du français axé sur des objectifs spécifiques autres que professionnels. Les caractéristiques de FOS comprennent :

- ✓ Centration sur les besoins linguistiques et communicatifs liés à des domaines spécifiques autres que professionnels, tels que le tourisme, la santé, le droit, etc.
- ✓ Utilisation de supports et de contenus authentiques liés aux domaines spécifiques d'intérêt des apprenants.
- ✓ Apprentissage axé sur la pratique des compétences linguistiques nécessaires dans des contextes spécifiques.
- ✓ Intégration de tâches et d'activités authentiques liées aux domaines spécifiques d'intérêt des apprenants.
- ✓ Évaluation basée sur les compétences linguistiques et communicatives requises dans les domaines spécifiques ciblés.

4. Les caractéristiques de l'enseignement du FOS

Selon (CHALLE Odile, 2002), l'enseignement du FOS présente six caractéristiques principales :

a) Axé sur les besoins de communication des apprenants : Le FOS est développé en tenant compte d'une analyse des besoins spécifiques, définissant un contexte professionnel ou académique précis. Il recommande la conception d'un programme minutieusement étudié pour répondre à ces besoins définis.

b) Développement de compétences de communication au-delà de la compétence linguistique : Tout comme l'enseignement du FLE, le FOS vise à développer à la fois des compétences linguistiques et des compétences de communication. Cependant, les

situations de communication sont ciblées et se limitent au domaine étudié, mettant en avant les aspects linguistiques pertinents pour cet apprentissage spécifique.

c) Importance accordée à la dimension culturelle : Le FOS favorise une compréhension interculturelle plus profonde qu'un simple échange linguistique pragmatique. Selon Lehmann (1993), les enseignants doivent faire un effort pour promouvoir cette dimension interculturelle et susciter la curiosité interculturelle chez les apprenants.

d) Utilisation de discours authentiques : Dans les programmes de FOS, il est essentiel d'utiliser des situations cibles et des supports authentiques. Les concepteurs doivent souvent mener des enquêtes et collecter des données pour utiliser du matériel pédagogique authentique dans leurs cours.

e) Approche des aptitudes langagières : Le FOS prend en compte les quatre aptitudes langagières, mais les adapte en fonction des besoins spécifiques des apprenants, des objectifs fixés et des contraintes temporelles. Par exemple, l'oralité peut être privilégiée pour les apprenants travaillant dans le secteur de l'accueil ou du tourisme, selon les situations et les contextes.

f) Encouragement des échanges entre les apprenants : Les apprenants sont souvent plus motivés dans les cours de FOS et possèdent une expérience pratique dans le domaine étudié. Ils peuvent donc enrichir les cours en partageant leurs expériences avec les autres apprenants et l'enseignant.

- **FOU (Français sur Objectifs Universitaires) :** Il s'agit d'un enseignement du français axé sur des objectifs liés à l'enseignement supérieur et à la recherche universitaire. Les caractéristiques de FOU comprennent :

✓ Centration sur les compétences linguistiques et communicatives nécessaires pour réussir dans un environnement universitaire francophone.

✓ Utilisation de supports et de contenus authentiques liés aux domaines académiques et de recherche.

✓ Apprentissage axé sur la pratique des compétences linguistiques nécessaires à la lecture, à l'écriture, à la recherche et à la communication académique.

- ✓ Intégration de tâches et d'activités authentiques liées aux exigences académiques et de recherche.
- ✓ Évaluation basée sur les compétences linguistiques et communicatives requises pour réussir dans un contexte universitaire francophone.

- **FLE (Français Langue Étrangère) :** Il s'agit de l'enseignement du français destiné aux apprenants non francophones dans des contextes où le français n'est pas la langue maternelle. Les caractéristiques du FLE incluent :

- ✓ Adaptation de l'enseignement en fonction du niveau de compétence linguistique des apprenants.
- ✓ Utilisation de méthodes et de supports pédagogiques variés pour répondre aux besoins spécifiques des apprenants.
- ✓ Apprentissage axé sur les compétences linguistiques de base (compréhension écrite et orale, expression écrite et orale).
- ✓ Intégration de tâches et d'activités communicatives pour favoriser l'interaction et la pratique linguistique.
- ✓ Évaluation régulière du progrès des apprenants afin d'adapter l'enseignement à leurs besoins et à leurs objectifs spécifiques en matière d'apprentissage du français.

5.Les convergences et les divergences entre le FLE/FOS/FLP/FOU

Les acronymes FLE (Français Langue Étrangère), FOS (Français sur Objectifs Spécifiques), FLP (Français Langue Professionnelle) et FOU (Français d'Objectifs Universitaires) sont tous associés à l'enseignement du français, mais chacun a ses propres objectifs et contextes d'apprentissage.

Le tableau ci-dessous met en évidence les différences et les similitudes entre eux :

Tableau 6: les points de divergence et de convergences entre FLE/FOS/FLP/FOU

Les divergences	Les convergences

FLE : se concentre sur l'enseignement du français aux apprenants dont ce n'est pas la langue maternelle, quel que soit leur objectif d'apprentissage. **FOS :** il se focalise sur l'enseignement du français dans des contextes professionnels spécifiques, où les apprenants ont besoin de compétences linguistiques pour des situations professionnelles particulières. **FLP :** il met l'accent sur l'enseignement du français dans un contexte professionnel précis, en se concentrant sur les compétences linguistiques nécessaires pour exercer un métier ou une profession spécifique. **FOU :** il se réfère à l'enseignement du français dans un contexte universitaire, où les apprenants ont besoin de compétences linguistiques pour suivre des cours ou mener des recherches dans cette langue.	Tous ces termes concernent l'enseignement et l'apprentissage de la langue française. Ils visent à développer les compétences linguistiques des apprenants dans des contextes variés. Ils s'adaptent aux besoins spécifiques des apprenants en termes de communication et d'utilisation de la langue française dans des domaines particuliers. Ils intègrent souvent des méthodes et des approches pédagogiques similaires pour faciliter l'apprentissage de la langue.

Source : Elaboré par nous-mêmes.

Conclusion

Dans ce premier chapitre théorique, intitulé "Introduction aux Langues de Spécialité", nous avons examiné de manière exhaustive les concepts clés des langues spécialisées, ainsi que les principes du FOS (Français sur Objectifs Spécifiques) et du FLP (Français Langue Professionnelle), qui constituent le fondement de notre domaine d'étude. En mettant particulièrement l'accent sur le FLP et le FOS, notre objectif était de développer une compréhension approfondie des langues spécialisées, essentielles pour notre travail avec les employés et les professionnels de divers secteurs. Cette exploration nous a permis de mieux saisir les particularités linguistiques et les exigences spécifiques des acteurs de

ces domaines, ouvrant ainsi la voie à une analyse plus approfondie et à des recommandations pertinentes pour notre mémoire de fin d'études.

Chapitre 02 : Présentation du domaine de l'hôtellerie et du Tourisme

Introduction

Étant donné que notre recherche se concentrera sur les problèmes linguistiques rencontrés par les employés du secteur du tourisme et de l'hôtellerie en Algérie, afin de créer un programme de formation FOS répondant à leurs besoins spécifiques, il est essentiel de reconnaître l'importance cruciale de ces deux secteurs dans notre pays.

Ce chapitre examinera en profondeur le domaine de l'hôtellerie et du tourisme, soulignant leur importance en tant que principales ressources économiques. Nous présenterons une vue d'ensemble des secteurs de l'hôtellerie et du tourisme en Algérie, mettant en avant leur rôle essentiel et distinctif dans notre économie nationale.

Pour le secteur de l'hôtellerie, nous aborderons les concepts fondamentaux et les évolutions récentes en Algérie. Nous discuterons de l'importance des hôtels en tant qu'établissements d'hébergement et des services d'accueil offerts, ainsi que de leur rôle dans la promotion du tourisme et l'attraction des touristes en Algérie.

Concernant le secteur du tourisme, nous dresserons un panorama des attractions touristiques en Algérie, incluant sa riche culture, son histoire ancienne, ses paysages naturels magnifiques et ses sites archéologiques. Nous mettrons en lumière les efforts pour développer le secteur du tourisme en Algérie et renforcer sa position en tant que destination touristique distinctive, tant au niveau national qu'international. Nous explorerons également la relation étroite entre ces deux domaines et l'utilisation des langues étrangères, notamment le français, en tant que langue secondaire largement utilisée dans ces secteurs.

Ce chapitre théorique nous permettra de mieux comprendre l'importance de ces secteurs dans l'économie algérienne et leur rôle dans la création d'emplois et le développement économique. Cela nous aidera à identifier les besoins linguistiques et éducatifs des travailleurs de ces secteurs et à orienter notre travail vers la conception d'un programme de formation adapté, répondant à leurs besoins, les aidant à développer leurs compétences et à fournir des services de haute qualité dans leurs domaines respectifs.

Section 01 : le domaine de l'hôtellerie et du tourisme

1. Le domaine de l’hôtellerie

1.1.Définition de l’industrie de l’hôtellerie

L'industrie hôtelière, un secteur dynamique et attractif pour l'investissement, fait partie du secteur tertiaire et inclut des établissements offrant hébergement et restauration en échange d'une rétribution. Son succès repose sur la satisfaction des clients, la création d'une atmosphère agréable, et une variété de services. César Ritz a souligné l'importance primordiale de la satisfaction client avec sa citation célèbre : "Le client n’a jamais tort."

L'hôtellerie, liée au tourisme, comprend la gestion d'hôtels et diverses attractions répondant aux besoins des clients. Selon Jean-Louis Barma, l'hôtellerie ne se limite pas à l'hébergement mais inclut la gestion de la nourriture, des boissons, et d'autres services. L'objectif principal est de créer une expérience globale satisfaisante pour les clients, impliquant des logements confortables, une restauration de qualité, des loisirs, et un service attentif. La gestion scientifique et les stratégies établies sont essentielles pour le succès des établissements.

Peter Jones, un chercheur renommé dans l'industrie hôtelière, définit l'hôtellerie comme l'art et la science de la gestion des hébergements, de la nourriture, des boissons et des services associés pour offrir une expérience satisfaisante aux clients.

Et selon (Martijn Barten, 2024) :

> L’industrie hôtelière est l’une des composantes les plus importantes du secteur des services au sens large, s’adressant aux clients qui ont besoin d’un hébergement pour la nuit. Il est étroitement associé aux secteurs du voyage et de l’hôtellerie, bien qu’il existe des différences notables dans sa portée. Dans cet article, vous en apprendrez davantage sur l'industrie hôtelière, ses liens avec d'autres secteurs du secteur des services et la gamme de types d'hôtels et d'hébergement.

Presque toutes les définitions des spécialités et des chercheurs dans ce domaine sont d’accord sur une définition qui exulte le terme hôtellerie par un secteur destiné à exploiter les hôtels, l’offre hôtelier regroupe un ensemble d’attractivité permettent de répondre aux attentes des clients.

1.2.Un hôtel ou un hébergement

Le terme hôtel ou héberge peut être défini comme un établissement qui offre des services d'hébergement et de la restauration ainsi que tous les services qui répondent aux demandes et au confort du client et du touriste afin de vivre une expérience hôtelière et un séjour confortable et selon leurs préférences.

Selon le décret N°02000-46 du 1er mars 2000, article 4, un hôtel est défini comme : « une structure d'hébergement destinée au séjour des clients, et éventuellement à la restauration. ».

1.3.Historique de l'hôtellerie

Le terme "hôtellerie" trouve ses racines dans l'Antiquité, comme l'indique Jean-Christophe Lefèvre dans son livre « Histoire de l'hôtellerie ». L'accueil des voyageurs était une pratique courante dans diverses civilisations, telles que l'Égypte ancienne et la Grèce antique. L'idée moderne d'hôtellerie, comprenant des établissements offrant à la fois un logement et des repas, a pris forme au Moyen Âge en Europe. À cette époque, les monastères et les auberges servaient de refuge aux voyageurs, pèlerins et commerçants. Avec l'essor du commerce et des voyages durant la Renaissance, l'hôtellerie s'est développée et de nombreux établissements ont vu le jour le long des routes principales et dans les grandes villes.

Au 19ème siècle, l'avènement du tourisme moderne a entraîné une expansion significative de l'industrie hôtelière, avec l'ouverture d'hôtels de luxe dans les destinations touristiques prisées et le développement de chaînes hôtelières. Au 20ème siècle, l'industrie s'est professionnalisée et diversifiée, introduisant des normes de qualité, créant de grandes chaînes internationales et innovant dans la conception des hôtels et les services offerts. Aujourd'hui, l'hôtellerie est un secteur dynamique et en constante évolution, intégrant les dernières technologies et tendances pour offrir aux clients une expérience de séjour unique et mémorable

1.4.L'histoire de l'hôtellerie en Algérie

Selon la revue française « Méditerranée n°2 », l'histoire de l'hôtellerie en Algérie remonte à l'époque coloniale française. À cette période, des établissements hôteliers ont été créés principalement dans les grandes villes et les zones touristiques, pour desservir les

colons européens, les voyageurs d'affaires et les fonctionnaires. Après l'indépendance en 1962, le gouvernement algérien a entrepris de développer l'industrie du tourisme et de l'hôtellerie afin de stimuler l'économie nationale. D'importants investissements ont été réalisés dans la construction d'hôtels modernes et de complexes touristiques, visant à attirer les visiteurs nationaux et internationaux.

L'Algérie a continué à investir dans son infrastructure touristique, en mettant particulièrement l'accent sur le développement des zones côtières et des régions désertiques. Des hôtels de luxe, des resorts et des spas ont été construits pour répondre aux besoins des voyageurs en quête de détente et de loisirs. Malgré ces efforts, l'industrie hôtelière en Algérie a dû faire face à divers défis, notamment la concurrence régionale et la nécessité d'améliorer la qualité des services.

1.5.Classement hôtelier et diversité des établissements d'hébergement

Le classement des hôtels en étoiles permet aux clients de se faire une idée du niveau d'équipements et de services offerts, en fonction de la catégorie attribuée à l'établissement. Cependant, ce classement varie selon les normes régionales et les exigences spécifiques de chaque pays, ce qui peut entraîner des différences de classification d'un endroit à l'autre. En Algérie, par exemple, les hôtels sont classés en cinq catégories : luxe (5 étoiles), deuxième catégorie (4/3 étoiles) et catégorie touristique (2/1 étoiles). En revanche, d'autres régions du monde, comme la France, utilisent des systèmes de classement spécifiques avec des critères parfois différents.

Les hôtels sont généralement classés en fonction de leur niveau de confort et de leurs installations, allant d'une étoile pour les hôtels économiques à cinq étoiles pour les établissements de luxe. Certaines destinations utilisent des classifications spécifiques, telles que les hôtels "luxe" ou "super luxe".

En plus des hôtels, il existe d'autres formes d'hébergement pour répondre à divers besoins, telles que les motels, les villages de vacances, les auberges, les pensions, les chalets, les résidences touristiques, les terrains de camping et les gîtes d'étape. La gestion des établissements d'hébergement peut être assurée par des exploitants indépendants ou par des chaînes hôtelières, qui offrent une gamme de services uniformisée dans les différents établissements du groupe.

En résumé, le classement et la diversité des établissements d'hébergement offrent une variété d'options aux voyageurs, adaptés à leurs besoins et préférences spécifiques.

1.6.Formes et types des hôtels

Les différents types d'hôtellerie incluent une variété d'options d'hébergement adaptées aux divers besoins et préférences des clients.

Parmi ces types, on trouve :

- Les hôtels traditionnels : Ils offrent des chambres et des services de base aux voyageurs.
- Les ressorts : Ces établissements proposent des installations et des activités de loisirs telles que des terrains de golf, des piscines et des spas.
- Les motels : Généralement situés près des routes principales, ils offrent un hébergement de base avec un accès facile.
- Les auberges de jeunesse : Une option abordable pour les voyageurs à petit budget, offrant des dortoirs ou des chambres privées avec des espaces communs pour socialiser.
- Les bed and breakfasts : Ils offrent un hébergement intime et personnalisé, souvent dans une atmosphère familiale.
- Les gîtes ruraux : Permettent aux clients de séjourner dans des maisons de campagne traditionnelles.
- Les hôtels de charme : Se distinguent par leur ambiance et leur décor uniques, offrant une expérience plus authentique.
- Les hôtels-boutiques : Se concentrent sur le design et l'esthétique, souvent offrant un hébergement de luxe dans des établissements de petite taille avec un service attentionné et personnalisé.

De plus, l'hôtellerie peut être divisée en :

- Hôtellerie homologuée : Incluant les hôtels de tourisme, les motels de tourisme et les résidences de tourisme.
- Hôtellerie non homologuée : Comprenant les hôtels de préfecture, les maisons meublées et les chambres à louer.

Enfin, l'hébergement en milieu rural et de plein air offre des options telles que :

- Les auberges rurales,
- Les villages de vacances,
- Les gîtes,
- Les auberges de jeunesse en milieu rural,
- Les parcs résidentiels de loisirs.

Ces diverses options permettent aux voyageurs de choisir l'hébergement qui correspond le mieux à leurs besoins et préférences spécifiques.

Dans ce tableau on va essayer de résumer ces types :

Tableau 7: les types des hôtels

Les types	Description
Hôtellerie homologuée	Cette catégorie comprend les hôtels de tourisme, les motels de tourisme et les résidences de tourisme. Les établissements sont classés en fonction du confort et des prestations offertes, qu'ils soient indépendants ou appartenant à des chaînes hôtelières.
Hôtel de tourisme	Un établissement commercial d'hébergement classé, offrant des chambres ou des appartements meublés en location à une clientèle de passage
Motel de tourisme	Un hôtel situé à proximité des grands itinéraires routiers, offrant un hébergement de base pour les automobilistes.
Résidence de tourisme	Un établissement d'hébergement touristique composé de chambres ou d'appartements meublés, loués pour des séjours de courte ou de longue durée
Hôtellerie non homologuée	Cette forme d'hébergement commercial ne bénéficie pas d'un classement selon les normes officielles. Elle propose des chambres ou des appartements meublés à la location pour des séjours de courte ou longue durée, sans respecter les standards établis.
Hôtel de préfecture	Des petits hôtels de centre-ville sans étoiles, recensés par les services de la préfecture en raison de leur taille ou de leurs installations limitées

Maisons meublées	Des villas, des appartements ou des chambres meublées disponibles à la location pour des séjours de courte durée
Chambre à louer	Des chambres disponibles à la location pour des séjours de courte durée, souvent dans des maisons privées
Hébergement en milieu rural	Cette catégorie inclut les auberges rurales, les villages de vacances, les gîtes et les auberges de jeunesse. Ces établissements sont situés dans des zones rurales et offrent des hébergements adaptés aux besoins des vacanciers à la recherche d'une expérience authentique en pleine nature.
Auberge rural	Un établissement d'hébergement de catégorie modeste, situé en milieu rural, offrant un hébergement simple aux voyageurs
Village de vacances	Un complexe d'hébergement proposant des séjours de vacances et de loisirs, avec des installations et des activités sur place
Gîtes	Des établissements d'hébergement meublés situés en zone rurale, proposant généralement une expérience authentique de vie à la campagne
Auberges de jeunesse	Des établissements offrant un hébergement économique aux jeunes voyageurs, souvent dans des dortoirs avec des espaces communs
Hôtellerie de plein air	Cette forme d'hébergement touristique comprend les parcs résidentiels de loisirs ainsi que le camping et le caravaning. Ces établissements accueillent les familles pendant leurs vacances et proposent des services et des activités de loisirs en plein air, tels que des piscines, des terrains de sport et des animations diverses.
Parcs résidentiels de loisirs	Des complexes touristiques offrant des hébergements en plein air, tels que des mobile-homes ou des chalets, avec des équipements et des activités de loisirs sur place
Camping et caravaning	Des sites de camping offrant des emplacements pour les tentes, les caravanes ou les camping-cars, souvent avec des installations sanitaires et des espaces communs

Source : Elaboré par nous-mêmes.

1.7.Les Services hôteliers

L'hôtellerie est un secteur de services vital qui comprend une variété d'établissements, comme les hôtels, les ressorts, les restaurants, les spas et les centres de villégiature. Elle englobe unlargeéventail des services.

L'industrie hôtelière va au-delà de simplement fournir un logement ; elle propose une expérience complète à ses clients, allant de l'accueil cordial à la réponse à leurs besoins.

D'ailleurs, Carine MOURADIAN arrive au fait que les services hôteliers englobent une gamme variée d'offres visant à assurer le confort, la satisfaction et le bien-être des clients tout au long de leur séjour. Cela comprend notamment

- L'accueil chaleureux à la réception.
- L'assistance personnalisée du concierge pour répondre aux besoins et aux demandes des clients.
- Des chambres élégamment aménagées et équipées avec des installations modernes.
- Une restauration de qualité proposant une diversité de plats et de cuisines.
- Des services de blanchisserie et de nettoyage pour maintenir la propreté et le confort des espaces de vie.
- Des équipements de bien-être tels que des spas, des salles de sport et des piscines pour offrir des moments de détente et de relaxation.
- Des services de navette et de location de voitures pour faciliter les déplacements des clients.
- Des installations de conférence et de réunion pour répondre aux besoins des voyageurs d'affaires.
- Les hôtels peuvent proposer diverses activités de loisirs, des excursions organisées, un service de chambre disponible 24h/24, ainsi que des programmes de fidélisation pour récompenser les clients réguliers.

Carine Mouradian, auteure sur Lux Authentique, affirme que chaque étoile supplémentaire dans le classement des hôtels ajoute généralement des services et des installations pour garantir une expérience de séjour de plus en plus luxueuse et confortable pour les clients. Les services hôteliers varient selon chaque hôtel et sa classification.

Par exemple, dans un hôtel cinq étoiles, les services sont nombreux et luxueux. Ces établissements offrent généralement des chambres spacieuses et élégamment décorées, équipées de technologies de pointe et de commodités haut de gamme. Les clients bénéficient souvent d'un service de conciergerie personnalisé, d'un restaurant gastronomique proposant une cuisine raffinée, ainsi que d'un centre de bien-être et spa de premier ordre. Des équipements tels que des piscines intérieures et extérieures et des salles de sport sont également courants.

Dans un hôtel quatre étoiles, bien que le niveau de confort et de service reste élevé, les installations et les équipements peuvent être légèrement moins luxueux comparés à ceux d'un cinq étoiles. Un hôtel trois étoiles offre des services et des installations plus simples, avec des chambres confortables mais plus petites et des équipements de base. Les restaurants y servent souvent une cuisine de style buffet et les options de bien-être sont limitées.

Dans un hôtel une étoile ou un dortoir, les services sont généralement très basiques, avec des chambres simples et des installations minimales.

En somme, les services hôteliers sont conçus pour offrir une expérience globale de qualité, alliant confort, commodité et satisfaction des besoins des clients pendant leur séjour. La différence entre ces niveaux d'hôtels réside principalement dans le niveau de luxe des installations, la qualité des services et le confort général offert aux clients.

1.8.Les caractéristiques de l'hôtellerie

L'hôtellerie est un secteur dynamique et diversifié, crucial pour le développement économique et culturel des pays. Elle génère des emplois, stimule les investissements, et se distingue par l'accueil personnalisé, des équipements de haute qualité, et l'attention à la sécurité et au bien-être des clients. L'hôtellerie favorise aussi l'échange culturel en valorisant les traditions locales à travers la gastronomie, l'architecture et les activités proposées. Adaptabilité et innovation sont essentielles pour rester compétitif et répondre aux évolutions des attentes des clients. Ainsi, l'hôtellerie est un moteur de développement économique et culturel, au-delà de la simple fourniture d'hébergement.

1.9. Les mielleurs hôtels en Algèrie

Ci-dessous une liste des meilleurs hôtels en Algérie

L'Algérie est reconnue comme une destination abritant certains des meilleurs hôtels en Afrique, offrant une expérience luxueuse et raffinée à ses visiteurs. Ces établissements sont réputés pour leur confort, leur élégance et leur service impeccable, faisant d'eux non seulement des lieux d'hébergement de renommée mondiale, mais aussi des destinations à part entière où chaque détail est pensé pour offrir une expérience inoubliable aux clients. Voici une liste élaborée par nous-mêmes, représentant certains des meilleurs hôtels en Algérie :

1.9.1.La Gamme AZ Hôtels (8 Hôtels)

1. AZ Hôtel Zéralda - Alger
2. AZ Hôtel Vague d'Or - Palm-Beach, Alger
3. AZ Hôtel Kouba - Alger
4. AZ Hôtel Vieux Kouba - Alger
5. AZ Hôtel Le Zephyr - Mostaganem
6. AZ Hôtel Le Montana - Mostaganem
7. AZ Hôtel Grand Oran - Oran
8. AZ Hôtel Aqua Park – Mostaganem

1.9.2.La gamme Accor Hôtels (12 Hôtels)

1. Ibis Styles Venus
2. Mama Shelter Nice (Ouverture juin 2024)
3. Ibis Styles Morlaix
4. Ibis Budget Morlaix (Ouverture mai 2024)
5. Novotel Phnom Penh Bkk1
6. Ibis Styles London Gatwick Aéroport
7. Mercure Tirana
8. Sofitel Algiers Hamma Garden - Alger
9. Ibis Alger Aéroport - Alger
10. Hôtel Mercure Alger Aéroport - Alger
11. Novotel Constantine - Constantine
12. Ibis Constantine - Constantine

1.9.3.Les autres Hôtels populaires en Algérie (80 Hôtels)

1. Hilton Alger - Alger
2. Sheraton Club des Pins Ressort - Alger
3. El Djazair Hôtel - Alger
4. Renaissance Tlemcen Hôtel - Tlemcen
5. El Khayem Hôtel - Constantine
6. Hôtel Les Zianides - Tlemcen
7. Liberté Hôtels Oran – Oran
8. Park Mall Hôtel&Conférence Center - Sétif
9. Algiers Marriott Hôtel Bab Ezzouar
10. Holiday Inn Algiers - Cheraga Tower -
11. Oasis Hôtel - Alger
12. Radisson Blu Hôtel, Algiers Hydra
13. AFRIC HOTEL- Casbah - Alger
14. El Biar Hôtel - Alger
15. Hôtel Suisse - Alger
16. Hôtel Cirta - Constantine

17. Royal Hôtel Oran - MGallery by Sofitel - Oran
18. Four Points by Sheraton Oran - Oran
19. Protea Hôtel by Marriott Constantine - Constantine
20. Lamaraz Arts Hôtel - Alger
21. Dar Diaf Hammamet - Alger
22. Best Night - Alger
23. Hotel El Medina - Alger
24. Novotel Oran - Oran
25. Le Meridien Oran Hôtel&Convention Centre - Oran
26. Hôtel Eden Phoenix - Oran
27. Hôtel Les Andalouses - Oran
28. Hôtel Eden Airport - Oran
29. Hôtel Timgad - Annaba
30. Sabri Hôtel - Annaba
31. Hôtel Sabri - Annaba
32. Hôtel Majestic Annaba - Annaba
33. Hôtel Sabri Annaba - Annaba
34. Hôtel Victoria - Annaba
35. Hôtel Safsaf - Annaba
36. Hôtel Samarkand - Annaba
37. Hôtel Delpha - Annaba
38. Hôtel Seybouse - Annaba
39. Hôtel Plateau - Annaba
40. Hôtel Plazza - Annaba
41. Hôtel Andalous - Annaba
42. Hôtel Le Majestic - Annaba
43. Hôtel El Wadi - Tlemcen
44. Hôtel Tlemcen - Tlemcen
45. Hôtel El Fath - Tlemcen
46. Hôtel El Yasmine - Tlemcen
47. Hôtel El Medina - Tlemcen
48. Hôtel El Boustan - Tlemcen
49. Hôtel El Mouflon - Tlemcen
50. Hôtel El Djenina - Tlemcen
51. Hôtel El Djenina Tlemcen - Tlemcen
52. Hôtel El Soumaya - Tlemcen
53. Hôtel El Kala - Annaba
54. Hôtel El Hambra - Annaba
55. Hôtel El Faidja - Annaba
56. Hôtel El Djemila - Annaba
57. Hôtel El Debdaba - Annaba
58. Hôtel El Bahara - Annaba
59. Hôtel El Azib - Annaba
60. Hôtel El Aricha - Annaba
61. Hôtel El Annabi - Annaba
62. Hôtel Eden Beach - Annaba
63. Hôtel Eden Belvedere - Annaba
64. Hôtel Dar Sedra - Annaba
65. Hôtel Dar Lala - Annaba
66. Hôtel Dar Elhafra - Annaba
67. Hôtel Dar El Ghorfa - Annaba
68. Hôtel Dar El Andalous - Annaba
69. Hôtel Dar Diaf - Annaba
70. Hôtel Dar Diaf Ain El Turck - Oran
71. Hôtel Dar Djebel - Oran
72. Hôtel Dar Djelloul - Oran
73. Hôtel Dar Djamel - Oran
74. Hôtel Dar Djabri - Oran
75. Hôtel Dar Djerba - Oran
76. Hôtel Dar Dide - Oran

77. Hôtel Dar Debbagh - Oran
78. Hôtel Dar Zouara – Oran
79. Hôtel el Andalous – Médéa
80. Hôtel du lac

2. Le domaine du tourisme

2.1.Qu'est que le tourisme ?

Le secteur du tourisme est une industrie complexe et diversifiée, souvent considérée comme l'une des ressources économiques les plus cruciales pour de nombreux pays. Il est particulièrement important, représentant la troisième source de revenus économiques. Selon les normes internationales définies par la commission statistique de l'ONU, le tourisme comprend tout voyage effectué en dehors du domicile habituel pour une durée allant d'une nuit à un an, indépendamment du motif du voyage, que ce soit pour affaires, vacances, santé, ou autre.

2.2.Définitions du tourisme par les chercheurs

Joubert Fuller, un Allemand, a introduit le concept moderne du tourisme en 1905 en le décrivant comme :

> Un phénomène découlant du besoin croissant de repos et de la recherche d'air frais, de la perception de la beauté de la nature et de son développement, du sentiment de joie et de plaisir, surtout entre les peuples et les différentes communautés humaines, et qui résulte de l'expansion du commerce, de l'industrie et des moyens de transport..

Herman Von Sholteron a défini le tourisme comme : « Le terme utilisé pour toutes les opérations économiques liées à l'entrée et au séjour temporaire des étrangers, ainsi que leur propagation à l'intérieur et à l'extérieur des frontières d'une région ou d'un pays spécifique ».

L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) a défini le tourisme comme « Une activité consistant en une série d'actions impliquant la sortie temporaire d'un individu de son lieu de résidence pour une période n'excédant pas un an, dans le but de loisir, de détente ou autre, à condition qu'elle ne soit pas liée à l'exercice d'une activité rémunérée ».

2.3.Le touriste

Un touriste ou voyageur est une personne qui apprécie parcourir le monde et explorer une variété de destinations. Il manifeste un intérêt touristique pour la nature, les diverses cultures, les sites historiques et d'autres attractions.

Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), un touriste est défini comme toute personne passant au moins une nuit en dehors de son lieu de résidence habituel, quel que soit le motif de son déplacement. Cette définition met en évidence l'importance des touristes dans l'industrie touristique et souligne que le tourisme ne peut exister sans eux. L'OMT identifie également six catégories de motifs de voyage, comprenant les loisirs, la détente, les vacances, les visites à des proches, les voyages d'affaires, les soins médicaux, les pèlerinages et d'autres raisons. Ces catégories sont destinées à préciser et à enrichir la définition du touriste en tenant compte de ses diverses motivations de voyage.

2.4.Les types du tourisme

Le tourisme, un domaine d'une grande diversité, présente une multitude de variantes, chacune procurant une expérience unique aux voyageurs en quête d'aventure, de découverte et de relaxation.

Le tourisme culturel invite les explorateurs à plonger dans l'histoire, la culture et les traditions d'une région ou d'un pays, leur permettant d'apprécier un patrimoine riche et varié.

L'éco-tourisme, lui, met l'accent sur la préservation de l'environnement et la découverte de la nature, proposant aux voyageurs des expériences authentiques au cœur d'écosystèmes naturels préservés.

Pour les amateurs d'adrénaline et de sensations fortes, le tourisme d'aventure offre une gamme d'activités telles que la randonnée, le rafting et l'escalade, les plongeant au cœur de paysages spectaculaires et de défis passionnants.

Le tourisme rural permet une évasion tranquille à la campagne, offrant aux voyageurs l'occasion de découvrir la vie rurale, l'agriculture locale et l'artisanat traditionnel, loin de l'agitation urbaine.

Les gastronomes et les amateurs de cuisine locale se régalent du tourisme gastronomique, qui leur permet de déguster les délices culinaires et les spécialités régionales dans des environnements authentiques.

Pour les croyants et les pèlerins, le tourisme religieux leur offre la possibilité de suivre les traces des traditions spirituelles et de visiter des sites sacrés et des lieux de culte emblématiques à travers le monde.

Les voyages à des fins médicales, de plus en plus populaires, offrent aux patients des soins de santé de qualité et des traitements spécialisés dans des destinations spécifiques, combinant bien-être et découverte.

Les croisières, une option de voyage prisée, permettent aux voyageurs de naviguer à travers les mers et les océans pour explorer plusieurs destinations dans le confort et le luxe d'un navire de croisière.

Le tourisme urbain invite les visiteurs à découvrir les villes dynamiques, leur architecture emblématique, leur histoire fascinante et leur culture vibrante, à travers des visites guidées, des musées et des événements culturels.

Enfin, le tourisme d'affaires réunit les professionnels du monde entier lors de conférences, de réunions et d'événements commerciaux, offrant l'opportunité de réseauter tout en découvrant de nouveaux horizons.

Ainsi, quel que soit le type de tourisme choisi, chaque voyageur peut trouver une expérience qui répond à ses intérêts, ses passions et ses aspirations, lui permettant de créer des souvenirs inoubliables et de vivre des aventures uniques à travers le monde.

Voici un tableau qui représente les types de tourisme en termes de finalité et en termes de situation géographiques :

Tableau 8: les types de tourisme en termes de finalité et en termes de situation géographiques

Le tourisme en termes de finalité	Le tourisme en termes de situation géographique
• **Letourisme médical:** Utilisation des hôpitaux et des centres médicaux à des fins de traitement.	• **Le tourisme intérieur :** Voyage à l'intérieur des frontières du pays. • **Le tourisme régional :** Voyage entre

• **Le Tourisme de bien-être :** Visite des stations touristiques pour se détendre et se divertir. • **Le tourisme religieux :** Visite de sites et de mosquées religieux pour le culte et la contemplation. • **Le tourisme écologique :** Visite des réserves naturelles avec un accent sur l'environnement et le développement durable. • **Le tourisme de loisirs :** Voyage pour profiter des zones de loisirs et des caractéristiques naturelles. • **Le tourisme de conférences :** Voyage pour assister à des conférences, des événements internationaux et des réunions.	pays voisins. • **Le tourisme international** : Voyage pour visiter d'autres pays pour des raisons de loisirs et d'apprentissage.

2.5.Le tourisme national vs le tourisme international

Le tourisme national fait référence aux déplacements effectués à l'intérieur des frontières d'un pays par ses résidents, englobant les voyages vers des destinations touristiques pour des vacances, des loisirs, des affaires ou d'autres motifs. Les touristes nationaux dépensent leur argent dans leur propre pays, contribuant ainsi à son économie.

En revanche, le tourisme international implique les déplacements effectués par des personnes d'un pays vers un autre ou plusieurs autres pays à des fins touristiques. Les touristes internationaux visitent des destinations étrangères, dépensent de l'argent dans ces pays et contribuent ainsi à l'économie locale des destinations visitées.

La différence principale entre le tourisme national et le tourisme international réside dans l'origine des touristes et les destinations visitées. Alors que le tourisme national concerne les déplacements à l'intérieur des frontières d'un pays par ses résidents, le tourisme international implique des déplacements transfrontaliers entre différents pays.

2.6.L'histoire du tourisme

Selon un article en ligne, rédigé par Evelyne Lehalle, docteure en histoire, l'histoire du tourisme trouve ses racines dans l'Antiquité, mais son essor moderne débute au XVIIIe

siècle en Angleterre avec le Grand Tour, un périple culturel. Le terme "touriste" apparaît en français en 1803, emprunté à l'anglais "tourist" introduit en 1800, pour désigner les voyageurs explorant des contrées étrangères pour des motivations autres que les affaires, l'exploration scientifique ou la propagation religieuse. L'évolution du tourisme est caractérisée par les avancées technologiques, les progrès dans les moyens de transport, ainsi que l'émergence de destinations touristiques prisées.

2.7.L'histoire du tourisme en Algérie

L'histoire du tourisme en Algérie remonte à plusieurs siècles, attirant des voyageurs bien avant l'ère coloniale grâce à ses trésors naturels et ses sites historiques. Le tourisme moderne en Algérie a pris son envol pendant la période coloniale française, attirant les colons et les voyageurs européens en quête d'exotisme.

Après l'indépendance de l'Algérie en 1962, le secteur touristique a progressivement été développé pour exploiter le potentiel touristique du pays. Malgré des périodes d'instabilité politique et de conflits internes, l'Algérie s'efforce de promouvoir son tourisme en mettant en avant ses richesses naturelles, historiques et culturelles pour attirer des visiteurs du monde entier.

2.8.Les services du tourisme

Jean-Christophe Lefèvre souligne que les services liés au tourisme comprennent une vaste gamme d'offres et de commodités visant à rendre l'expérience touristique agréable, pratique et enrichissante. Ces services sont essentiels pour répondre aux besoins et aux attentes des voyageurs tout au long de leur séjour. Parmi ces services, l'hébergement est primordial, offrant une diversité d'options telles que les hôtels, les auberges, les maisons d'hôtes et les locations de vacances.

Les transports jouent également un rôle crucial, avec des services terrestres, aériens et maritimes reliant les différentes destinations touristiques. Les agences de voyage et les tours opérateurs proposent des services de planification de voyage, d'organisation d'excursions et d'activités touristiques, facilitant ainsi la découverte des sites locaux d'intérêt. Les restaurants, cafés et établissements de restauration offrent une diversité culinaire permettant aux visiteurs de savourer la cuisine locale et internationale. De plus, les services de guides touristiques, les offices de tourisme et les centres d'information

touristique fournissent des informations utiles, des conseils et des recommandations pour optimiser l'expérience de voyage.

Enfin, les services de divertissement, tels que les parcs d'attractions, les spectacles, les événements culturels et les activités de loisirs, contribuent à enrichir le séjour des touristes en leur offrant des expériences uniques et mémorables. Dans l'ensemble, ces divers services touristiques travaillent de concert pour garantir aux voyageurs une expérience de voyage plaisante et inoubliable.

2.9.Les caractéristiques du tourisme

Le tourisme joue un rôle crucial dans la croissance économique et le développement des communautés à l'échelle mondiale. Dans un secteur hautement compétitif, l'innovation et la créativité sont des facteurs clés de succès. Les entreprises touristiques doivent constamment surveiller les tendances du marché et s'adapter aux évolutions pour rester compétitives. De plus, le paysage touristique est caractérisé par une grande diversité d'acteurs, allant des petites entreprises familiales aux grandes chaînes hôtelières. Offrir une expérience client exceptionnelle est désormais essentiel pour fidéliser la clientèle et se démarquer de la concurrence.

Parallèlement, les préoccupations en matière de durabilité prennent de plus en plus d'importance, avec une demande croissante pour des pratiques respectueuses de l'environnement, des cultures locales et des communautés d'accueil. De plus, l'avènement des technologies et la connectivité jouent un rôle central dans la promotion et la gestion des destinations touristiques, ainsi que dans l'amélioration de l'expérience globale des voyageurs. Enfin, une collaboration étroite entre les différentes parties prenantes du tourisme, y compris les entreprises, les autorités locales et les communautés, est indispensable pour garantir un développement touristique durable et équilibré.

Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), le tourisme se caractérise par plusieurs aspects :

- ✓ Son ampleur mondiale : Les flux physiques et monétaires liés au tourisme sont répandus à l'échelle planétaire, avec très peu de pays qui restent totalement en dehors du phénomène touristique, que ce soit en tant qu'émetteurs ou récepteurs.

- ✓ Sa progression rapide : Les arrivées du tourisme international connaissent une croissance significative, malgré des ralentissements ou des arrêts temporaires, particulièrement en période de crise.
- ✓ Sa capacité d'innovation et de création : Le tourisme a stimulé l'innovation dans divers domaines, entraînant l'émergence de nouvelles formules de transport, la création de nouvelles stations touristiques, l'adoption de concepts nouveaux, etc.
- ✓ Son évolution qualitative : Le tourisme évolue constamment et se diversifie en intégrant de nouvelles motivations et activités, donnant lieu à l'émergence de nouvelles formes de tourisme telles que le tourisme thermique, le tourisme sportif, le tourisme vert, etc.
- ✓ Sa massification en tant que produit de consommation : Le tourisme est devenu un produit de consommation de masse, accessible à une large gamme de personnes grâce à des lois sur les congés payés, des améliorations dans les moyens de transport et la disponibilité accrue des ressources alimentaires.

2.10.Les Endroits touristiques en Algérie

L'Algérie, le plus vaste pays d'Afrique, est une destination touristique fascinante grâce à sa richesse naturelle et culturelle. Ses villes emblématiques, telles qu'Alger, avec son mélange captivant de cultures méditerranéennes et arabes, Oran, célèbre pour la musique raï, et Constantine, surnommée la ville des ponts suspendus, offrent un voyage dans le temps à travers leurs ruelles pittoresques et leur architecture remarquable. Le littoral algérien, bordé par la mer Méditerranée, attire les amateurs de détente et de sports nautiques avec ses plages de sable doré et ses eaux cristallines, tandis que l'intérieur du pays révèle des paysages spectaculaires, des oasis verdoyantes du Sahara aux majestueuses montagnes du Hoggar et des Aurès. Les monuments historiques, tels que les ruines romaines de Timgad et de Djémila, ainsi que les sites berbères anciens comme la vallée du M'zab, témoignent de la riche et variée histoire du pays. De plus, l'Algérie recèle des trésors méconnus qui attirent les aventuriers, comme les gorges de Ghoufi dans les Aurès et les vastes étendues désertiques du Grand Erg Oriental. Avec ses marchés animés et sa délicieuse cuisine locale, l'Algérie offre une expérience touristique unique où authenticité, diversité et beauté se conjuguent pour créer des souvenirs inoubliables pour les voyageurs du monde entier.

Et voici une liste sur les endroits touristiques et historique en Algérie :

Tableau 9: les endroits touristiques et historique en Algérie

Wilaya	Sites Touristiques
Alger	Palais de la Présidence, Palais El Mouradia, La Casbah, Musée National des Arts et Traditions Populaires, Jardin d'essai du Hamma, Parc de la culture des Annassers
Oran	Fort de Santa Cruz, Mosquée Emir Abdelkader, Plage de Madagh, Théâtre régional d'Oran, Jardin Mouloud Mammeri Mosquée l'Imam Ghazali, Palais El Chaoui, Musée des Beaux-Arts d'Oran, Jardin El Kettifa, Corniche d'Oran
Constantine	Pont Sidi M'sid, Musée Cirta, Mosquée Abdelhamid Ibn Badis, Grande Mosquée Emir Abdelkader, Jardin Rahmane Mermouri
Tlemcen	Mosquée Sidi Boumediene, Palais El Mechouar, Forteresse de Tlemcen, Musée Ben M'hidi, Jardin des Fleurs
Biskra	Musée des Sciences Naturelles et de l'Environnement, Palais des Ziban, Maqam Cheikh Abdelhamid Ibn Badis, Jardin des Palmiers
Guelma	Mosquée Khalifa Rashid, Musée de Guelma des Beaux-Arts, Grand Marché du Samedi, Jardin Bouhamed
Tiaret	Musée Tiaret des Arts et Métiers, Mont Shadia, Mosquée Capitale, Jardin Mouloud Mammeri
Tamanrasset	Tombeau du Saint Sidi Moussa, Palais du Désert, Tombeau du Saint Ahmed Tidjani, Les Pyramides romaines
Bejaïa	Cascades de Tissemsilt, Mont Gouraya, Grottes de Gouraya, Musée Ben M'hidi
Sétif	Mont Gara, Mosquée Omar Ibn Abdelaziz, Musée Lakhdar Ibrir, Jardin du Martyr
Tipaza	Fort de Tipaza, Musée Boukhari, Parc de la Kintara, Plage de Sidi Fredj Mosquée Sidi Mhamed Bou Khorja, Mont Chaâmbi, Jardin public, Musée de Tébessa
Annaba	Mont Maouna, Mosquée Abdelhamid Ibn Badis, Jardin de la Perle de l'Orient, Plage de la Piscine
Ghardaïa	Forteresse du Guéla'a, Mont Guevara, Parc de la ville, Musée de Ghardaïa des Arts et Traditions Populaires
Sidi Bel Abbés	Mosquée Sidi Ali Ben Youssef, Musée du Santal, Jardin Bouhanana, Fort de Beni Yadjis
El taref	Plage d'El Aouana, Fort de l'Agha, Musée des Arts et Traditions Populaires, Jardin de Bôumendjel
Mascara	Mont Arbi, Jardin Sidi Abdelrahman, Musée de la ville, Mosquée du marché
Jijel	Plage de Sidi Abdelaziz, Mont Cassera, Jardin public, Musée de Jijel, Port de Djendjen
Chlef	Plage de Ténès, Mont Ouled Ali, Grottes de Chlef, Musée de Chlef, Jardin du 20 Août 1956
Laghouat	Palais du Bey, Mont Guernine, Musée National du Moudjahid, Jardin Souidani Boudjemaa
Oum El Bouaghi	Mont Tahat, Mosquée Sidi El Houari, Jardin du Parc, Musée des Arts et Traditions Populaires
Batna	Musée des Arts et Traditions Populaires, Gorges de Kerrata, Jardin du 1er Novembre 1954, Fort de Timgad
Tizi Ouzou	Musée de Tizi Ouzou, Montagne du Djurdjura, Mosquée de Tizi

	Ouzou, Jardin du 20 Avril
El Djelfa	Mont Zaccar, Mosquée Sidi Aïssa, Jardin du 1er Novembre, Musée de Djelfa
Relizane	Mosquée de Relizane, Jardin public, Musée de Relizane, Mont Chenoua
Médéa	Musée de Médéa, Mont Bissa, Mosquée de Médéa, Jardin du 1er Novembre
Mila	Mosquée El-Atik, Mont Tougourte, Jardin public, Musée de Mila
Aïn Defla	Musée d'Aïn Defla, Mont Chelia, Jardin du 1er Novembre, Mosquée d'Aïn Defla
Naâma	Mosquée de Naâma, Jardin public, Mont Nekrif, Musée de Naâma
Aïn Témouchent	Mosquée d'Aïn Témouchent, Jardin public, Musée de Aïn Témouchent, Mont Tamezguida
Ghardaïa	Forteresse du Guéla'a, Mont Guevara, Parc de la ville, Musée de Ghardaïa des Arts et Traditions Populaires
Timimoun	Forteresse du Guéla'a, Mont Guevara, Parc de la ville, Musée de Ghardaïa des Arts et Traditions PopulairesTimimounOasis de Timimoun, Musée de Timimoun, Fort de Timimoun, Mont Tassili
El Bayadh	Mont de l'Ouest, Mosquée de El Bayadh, Jardin public, Musée de El Bayadh
Illizi	Gorges du Tassili N'Ajjer, Mont Tassili, Jardin du Sahara, Musée de l'Illizi
Bordj Bou Arreridj	Mosquée de Bordj Bou Arreridj, Mont d'El Gueriat, Jardin public, Musée de Bordj Bou Arreridj
Bouira	Mont Lalla Khedidja, Mosquée de Bouira, Jardin du 1er Novembre, Musée de Bouira
Béchar	Oasis de Taghit, Fort de Béchar, Monts de Béchar, Musée de Béchar
Blida	Mosquée El-Khoulafaa El-Rachidine, Mont Chenoua, Jardin d'Essai, Musée National des Arts et Traditions Populaires
Boumerdès	Plage de Corso, Mont Gouraya, Grotte de Zembra, Musée de Boumerdès, Jardin de Gouraya
El tarf	Plage d'El Kala, Fort de l'Agha, Musée des Arts et Traditions Populaires, Jardin de Boumendjel
Tindouf	Mont Zouar, Mosquée de Tindouf, Jardin public, Musée de Tindouf
El Oued	Oasis d'El Oued, Musée d'El Oued, Fort d'El Oued, Mosquée d'El Oued
Tssemsilt	Mont des Singes, Mosquée de Tissemsilt, Jardin public, Musée de Tissemsilt
Khenchela	Mont M'Zi, Mosquée de Khenchela, Jardin public, Musée de Khenchela
Souk Ahras	Mont de Khedara, Mosquée de Souk Ahras, Jardin public, Musée de Souk Ahras
Adrar	Tassili N'Ajjer (patrimoine mondial de l'UNESCO), Gorges de Tamentit, Oasis de Timimoun
Saïda	Gorges de Tassili, Montagnes de Saida, Lac Sidi Mohamed Benali
Skikda	Parc National d'El-Kala (Réserve de biosphère de l'UNESCO), Plages de Stora, Aïn Zouit
M'sila	Rocher de Sigus, Lac de Chiffa, Mausolée de Sidi El Hadj Lakhdar

	Cascades d'El Menzel, Gorges de Kherrata, Mausolée de Sidi El Khiat

Source : Elaboré par nous-mêmes.

3. La relation et la différence entre le domaine de l'hôtellerie et du tourisme

L'hôtellerie et le tourisme sont des secteurs distincts mais interconnectés, essentiels à l'industrie du voyage. L'hôtellerie se concentre sur la gestion des établissements d'hébergement, offrant des services de logement, restauration et divertissement, tandis que le tourisme englobe les activités liées aux voyages et à la découverte de destinations.

Les voyageurs planifient leurs voyages pour des raisons culturelles, de loisirs, d'affaires ou de santé, et les services hôteliers influencent directement leur expérience. Les activités touristiques stimulent la demande d'hébergement, créant un marché pour l'industrie hôtelière. Les deux secteurs se soutiennent mutuellement, formant un ensemble crucial pour le succès de l'industrie du voyage.

Section 02 : Le statut de la langue française dans le domaine de l'hôtellerie et le tourisme en Algérie

En Algérie, le français est prédominant dans les domaines de l'hôtellerie et du tourisme en raison de l'influence historique du colonialisme français et de la présence significative de touristes francophones. De nombreux établissements tels que les hôtels, les restaurants, les agences de voyage et les sites touristiques proposent des services en français pour répondre aux attentes des visiteurs qui parlent cette langue. Cependant, l'arabe conserve également une importance capitale dans ces secteurs, notamment pour la communication avec la clientèle locale. Cette convergence de facteurs historiques, culturels et économiques confère au français un statut prééminent dans l'industrie du tourisme en Algérie, associant un sentiment de prestige et de raffinement tout en satisfaisant les besoins linguistiques variés des visiteurs. Cette langue occupe une place centrale dans différents aspects de l'hôtellerie et du tourisme, de l'accueil dans les hôtels à la présentation des menus dans les restaurants, en passant par la promotion des attractions touristiques et la communication au sein des agences de voyage. Son utilisation découle de l'héritage colonial du pays et de l'importante présence de touristes francophones, contribuant ainsi à fournir un service de qualité tout en reflétant la diversité culturelle de l'Algérie.

1. Le français de l'hôtellerie et du tourisme:

"Le Français de l'hôtellerie et du tourisme" : est un domaine spécifique de l'enseignement du français sur objectif spécifique (FOS) qui vise à acquérir les compétences linguistiques nécessaires pour travailler dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme francophone.

En Algérie, le français occupe une place prépondérante dans ce domaine en tant que deuxième langue étrangère la plus utilisée dans le pays, ce qui se traduit par une forte utilisation de cette langue dans ce secteur.

La langue française spécifique au domaine du tourisme et de l'hôtellerie est largement utilisée dans la communication avec les touristes étrangers francophones pour faciliter les échanges et leur offrir des services adaptés à leurs besoins professionnels et linguistiques. De plus, elle est également utilisée dans la rédaction de documents officiels, d'annonces, de courriers électroniques et de nombreux autres types de documents.

Malgré l'importance de l'utilisation de cette langue, de nombreux travailleurs dans ces secteurs ne maîtrisent pas le français et ne possèdent pas de certification en langue française. Certains d'entre eux recherchent des cours pour apprendre le français.

Ils recherchent des programmes de formation en français spécifiques à leur domaine afin de développer leurs compétences linguistiques dans cette langue, de la maîtriser et d'accroître leur confiance dans la communication avec les clients francophones.

1.2Le lexique et le vocabulaire:

Le mot "lexique" fait référence à l'ensemble des mots d'une langue.

En revanche, le terme "vocabulaire" désigne l'usage pratique des mots ou du lexique dans des situations de communication réelles; il renvoie au discours..

Dans leur Dictionnaire de didactique des langues, Galisson et Coste (1976) proposent une définition qui permet de distinguer l'emploi de ces mots : pour eux, le lexique est « l'ensemble indéterminé des éléments signifiants d'une langue, constitué d'unités virtuelles, les lexèmes ».

1.3 Le lexique et le vocabulaire de l'hôtellerie et du tourisme:

Le lexique et le vocabulaire de l'hôtellerie et du tourisme varient selon les contextes de communication et les environnements de travail. Par exemple, les termes utilisés par le personnel de restauration de l'hôtel sont spécifiques à l'art culinaire, aux restaurants et aux plats servis. En revanche, les termes utilisés à la réception de l'hôtel sont différents et se concentrent sur les salutations, l'accueil des clients, etc. De même, les termes utilisés par les directeurs d'hôtel et les responsables sont plus formels et concernent la gestion et l'administration de l'établissement.

Dans le domaine du tourisme, les agences de voyage utilisent un vocabulaire commun, tandis que les guides touristiques ont un langage descriptif spécifique pour décrire les sites touristiques du pays. De plus, les institutions touristiques ont leurs propres terminologies, bien que partageant certains termes techniques.

2. Les discours du tourisme (La définition et les caractéristiques linguistiques)

2.1 Définition du discours du tourisme

Pour débuter, les discours touristiques sont pluralistes, car ils relèvent d'un domaine multidisciplinaire, englobant ainsi plusieurs disciplines telles que l'économie, la géographie, l'histoire, la culture, entre autres. Ils représentent un domaine complexe comprenant de nombreux intervenants clés et une variété de services, incluant les touristes eux-mêmes, les agents de voyage, les organismes et ministères du tourisme, les guides touristiques, ainsi que diverses industries connexes. Ces discours proviennent ainsi de divers contextes, qu'ils soient économiques, culturels, géographiques, etc., ce qui leur confère une grande diversité linguistique. Ce champ d'étude s'avère particulièrement intéressant pour les analystes du discours, car il soulève des problématiques variées telles que la commercialisation, les questions de genre, ainsi que l'analyse des différents types de discours touristiques.

Ainsi, selon (Foucault 1969): « Étudier les discours du tourisme, c’est d’abord adhérer au paradigme foucauldien selon lequel comprendre un domaine c’est connaître ses discours. Nous partons de l’idée que « le tourisme » est une « formation discursive »

En effet, cela signifie un ensemble de textes à dimension hybride qui nous informent et nous instruisent sur le contexte, la situation de communication et les identités des acteurs dans le domaine de l'industrie touristique.

Le phénomène touristique est étudié à travers ses manifestations discursives telles que les textes et les interactions. Chose qu'Amossy (2010) a confirmée en disant que « les discours sont révélateurs d'un domaine et de ses règles ou d'un pan de réalité. »

Les discours touristiques sont également construits par les chercheurs qui explorent les divers discours sur le domaine du tourisme. Ceux-ci expliquent le phénomène touristique de manière explicite et directe, mais aussi de manière indirecte.

La méthode directe consiste en ce qu'on appelle le discours scientifique, qui étudie les phénomènes sociolinguistiques du tourisme. La méthode indirecte, quant à elle, passe par les discours littéraires qui dépeignent le monde touristique avec ses discours et ses supports.

Et Selon Dann (1996, p. 2), *« le discours touristique peut être considéré comme un discours en soi »*. Selon Dann (1996, p. 249),

> Le langage du tourisme est une manière structurée, monologique, multi stratégique et contrôlée de transmettre des messages intemporels, magiques, euphoriques et tautologiques ». Il ajoute (1996, p. 2) que « le langage du tourisme est tellement omniprésent et essentiel que le tourisme ne pourrait pas exister sans son discours typique.

En somme, ce sontdes discours qui fournissent aux linguistes un champ d'investigation spécifique et pluriel. Ils se caractérisent par plusieurs traits particuliers.

1.1.Les caractéristiques des discours du tourisme

Les discours touristiques se caractérisent par de nombreuses propriétés et caractéristiques importantes, d'ailleurs, Dann (1996, p. 34) explique que

> Le discours touristique a quelques caractéristiques en commun avec d'autres discours, plus précisément les fonctions, la structure, l'élément de temps et la magie. La langue du tourisme présente également des caractéristiques qui la distinguent d'autres langages : l'anonymat du destinateur, le monologue, l'euphorie et la tautologie.

Parmi ces caractéristiques on peut citer :

- **La Diversité des discours :** Les discours touristiques varient des discours informatifs et promotionnels aux discours critiques et évaluatifs, ainsi que d'autres discours scientifiques et bien d'autres. Ils opèrent entre le domaine perçu et le domaine visité, soutenant ainsi le monde du tourisme et le paysage touristique à travers différentes formes de communication, contribuant à enrichir l'expérience touristique et à orienter les visiteurs de manière diversifiée.
- **La Dimension discursive, sociale et culturelle :**La communication touristique, essentielle dans le domaine du tourisme, a une dimension discursive, sociale et culturelle. Les discours touristiques, comme ceux des brochures et des guides, abordent l'identité discursive des acteurs du tourisme. Ils reflètent la culture et les communautés locales, contribuant à une meilleure compréhension des destinations et renforçant l'interaction sociale entre les touristes et les communautés locales.
- **L'Exploration des identités :** L'étude des discours touristiques implique essentiellement l'exploration des identités liées à la communication touristique, telles que l'identité du voyageur, du touriste, de l'organisateur de voyages, de l'annonceur, de l'hôte et de l'autochtone. Ces identités se développent à travers l'interaction avec autrui et la communication, ainsi qu'à travers l'expérience touristique vécue, contribuant à créer un environnement d'identité collective.
- **L'Expression verbale et tourisme :** L'origine de l'étude des discours touristiques réside dans l'exploration de l'expression verbale et de l'expression touristique de la destination, ainsi que de l'expression littéraire de l'expérience touristique et du patrimoine. Cela inclut les discours produits par les participants à l'expérience touristique et les discours destinés aux touristes, ainsi que les représentations visuelles de l'espace parcouru par le touriste.
- **L'Impact social :** Les discours touristiques jouent un rôle important dans la formation de l'image sociale des destinations touristiques et influencent les comportements des touristes, ainsi que leur interaction et leur intégration avec l'environnement local.
- **La Promotion et marketing :** Les discours touristiques sont utilisés comme un outil important pour la promotion et le marketing du tourisme et des destinations touristiques, ce qui conduit à attirer davantage de touristes étrangers et à renforcer ainsi l'économie locale.

En résumé, les discours touristiques se distinguent par leur richesse en significations, leurs interactions sociales et culturelles, et la construction des identités, offrant ainsi un champ d'analyse complexe et passionnant pour les chercheurs en tourisme. Cela rend ce domaine intéressant à étudier et à analyser pour une compréhension plus approfondie des phénomènes touristiques et de leur impact sur les sociétés et les identités.

2. Les défis et les problèmes langagiers rencontrés par les employés du tourisme et de l'hôtellerie

Le domaine du tourisme et de l'hôtellerie, malgré ses charmes, présente de nombreux défis, responsabilités et obstacles. Parmi les principaux défis auxquels font face les professionnels de ce secteur, les barrières linguistiques occupent une place prépondérante. En raison de la nature internationale de ces industries, les employés se retrouvent souvent à devoir communiquer avec des clients et des collègues parlant différentes langues. Cette situation peut entraîner des malentendus, des erreurs de communication et une expérience client médiocre.

De plus, les employés doivent souvent maîtriser des langues spécifiques à leur domaine, telles que l'anglais des affaires, le français touristique ou d'autres langues étrangères selon les marchés ciblés. La maîtrise de ces langues spécialisées est cruciale pour fournir un service de qualité et répondre aux besoins des clients internationaux.

En outre, les professionnels du tourisme et de l'hôtellerie doivent souvent traduire des documents, des menus, des panneaux d'information et d'autres supports pour les clients étrangers. Cette tâche exige des compétences linguistiques avancées et une compréhension approfondie des nuances culturelles afin d'assurer une traduction précise et appropriée.

Enfin, les employés doivent être en mesure de s'adapter à différents accents, dialectes et niveaux de maîtrise de la langue de la part des clients. Cela requiert une grande flexibilité linguistique et une capacité à communiquer efficacement dans des situations variées et parfois complexes.

Face à ces défis linguistiques, il est essentiel de mettre en place des programmes de formation linguistique adaptés pour aider les professionnels à améliorer leurs compétences linguistiques et à surmonter les obstacles liés à la communication. Ces programmes peuvent inclure des cours de langues spécialisées, des sessions de pratique de la

conversation et des activités de sensibilisation interculturelle pour mieux comprendre les besoins et les attentes des clients internationaux.

3. L'importance de développement de l'hôtellerie et du tourisme sur l'économie algérienne

Le tourisme et l'hôtellerie en Algérie sont des piliers essentiels pour la croissance économique et le développement durable. En plus de générer des emplois et d'encourager les investissements, ces secteurs favorisent la diversité culturelle et renforcent les échanges internationaux.

L'amélioration de l'infrastructure touristique, notamment des aéroports, des routes et des installations d'accueil, est cruciale pour accueillir un nombre croissant de visiteurs. Selon Jean-Christophe Lefèvre, divers facteurs influent sur l'industrie touristique, notamment les conditions économiques mondiales, les avancées technologiques, les investissements dans les infrastructures de transport et les initiatives de marketing.

De même, il est nécessaire de prendre des initiatives pour préserver et promouvoir les sites historiques et naturels afin de sauvegarder le patrimoine culturel et d'attirer les voyageurs intéressés par l'histoire et la nature.

Parallèlement, le marketing touristique joue un rôle crucial dans la promotion des attractions algériennes à l'échelle nationale et internationale. Des campagnes de sensibilisation ciblées et une présence active sur les plateformes numériques peuvent contribuer à accroître la visibilité et l'attrait des destinations touristiques algériennes.

La formation et le développement des compétences dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie sont également essentiels pour garantir des services de haute qualité et une expérience positive pour les visiteurs. Les programmes de formation professionnelle et les partenariats avec les institutions éducatives peuvent aider à élever les normes de l'industrie et à promouvoir l'employabilité des jeunes.

En outre, la diversification des produits touristiques, tels que les circuits thématiques, les activités de plein air et les festivals culturels, peut répondre aux besoins et aux intérêts variés des voyageurs. En développant une offre touristique diversifiée, l'Algérie peut attirer un public plus large et fidéliser les visiteurs.

En conclusion, le développement du tourisme et de l'hôtellerie en Algérie présente un potentiel significatif pour stimuler la croissance économique, créer des emplois et promouvoir le développement régional. Avec une approche stratégique et des investissements ciblés, le pays peut renforcer sa position en tant que destination touristique de choix dans la région et contribuer à une croissance économique durable.

Section 03 : La réalité du tourisme et hôtellerie en Algérie

1. Situation du tourisme et hôtellerie en Algérie

Selon le Ministère du Tourisme et de l'Artisanat en Algérie en 2023, le pays a accueilli environ 2,3 millions de touristes, dont un million et demi de visiteurs étrangers, de janvier à août. Une attention particulière a été portée aux régions du sud, avec un renforcement des liaisons aériennes européennes pour promouvoir le tourisme saharien. L'industrie touristique semble renouvelée, avec une augmentation notable des infrastructures telles que les hôtels et les centres de loisirs.

Une réserve foncière touristique de 249 zones a été établie, avec 123 plans d'aménagement touristique finalisés et 73 approuvés. De plus, 1400 structures d'accueil touristique sont prévues dans 29 wilayas, avec une capacité d'accueil de près de 190 000 nouveaux lits, créant environ 95 000 emplois directs. Le secteur compte également 722 agences de tourisme et 3 962 agences de voyages, offrant au total 506 011 emplois et représentant 5 % des sources de revenus.

Un rapport de "Group W-Hospitality" classe l'Algérie au septième rang en Afrique en termes de disponibilité de chambres d'hôtel, avec 19 établissements totalisant 4151 chambres. Ceci reflète les efforts pour renforcer le secteur hôtelier, avec une croissance remarquable du nombre de chambres d'hôtel en construction, illustrant les initiatives visant à augmenter la capacité d'accueil des touristes. Environ 76 332 chambres sont en construction en Afrique, représentant une augmentation d'environ 14 % par rapport à l'année précédente.

2. Les obstacles du tourisme en Algérie

Selon Hadjer Guenanfa, qui a écrit un article pour "Le Point", l'Algérie possède un potentiel touristique considérable, mais elle peine à stimuler le secteur en raison de divers obstacles qui entravent son développement, notamment :

- La prédominance des hôtels non classés, souvent associée à des services de qualité médiocre, nuisant ainsi à l'image globale du tourisme.
- La qualité insatisfaisante des services touristiques et les coûts élevés des produits touristiques.
- Le manque de compétences et de professionnalisme du personnel travaillant dans le domaine du tourisme.
- Les difficultés rencontrées par les investisseurs locaux et étrangers pour acquérir des biens immobiliers destinés au tourisme, en raison de prix prohibitifs ou d'obstacles bureaucratiques, notamment liés à la corruption et au manque de transparence.
- Les capacités d'accueil limitées et souvent peu diversifiées, offrant une qualité médiocre.
- La négligence et le manque d'entretien des sites touristiques, réduisant ainsi leur attrait pour les visiteurs.
- La sous-utilisation des technologies de l'information et de la communication dans la promotion des produits touristiques et des sites en Algérie.
- Les préoccupations concernant la sécurité, en particulier dans les années 90, ayant terni la réputation de l'Algérie en matière de sécurité.

Conclusion

Dans ce chapitre, nous avons présenté en détail l'industrie hôtelière et touristique en Algérie, dans le but d'informer les lecteurs sur ce secteur dynamique et prometteur dans le pays. Cependant, il est important de reconnaître les défis linguistiques auxquels sont confrontés les professionnels de ce domaine, ainsi que leurs besoins en termes de langues spécialisées. Ces difficultés linguistiques peuvent comprendre la communication avec une clientèle internationale, la traduction de documents et la maîtrise des terminologies propres à l'industrie.

Nous aborderons maintenant le troisième chapitre, intitulé "La démarche et les caractéristiques de la construction d'un programme de formation FOS". Dans ce prochain chapitre, nous décrirons la méthodologie que nous allons utiliser dans la partie théorique. Nous présenterons cette méthodologie, en détaillant ses caractéristiques, ses différentes étapes, ainsi que la manière de concevoir un programme FOS.

Chapitre 03 : La démarche et les caractéristiques de la construction d'un programme de formation FOS

Introduction

Dans la conception de notre programme d'accompagnement linguistique destiné à un public francophone visant un objectif professionnel (désigné dorénavant FVP), qui englobe un échantillon d'employés du secteur du tourisme et de l'hôtellerie, il est primordial de définir la nature d'un tel programme et de détailler le processus de création spécifique à ce public ciblé.

Ce dernier chapitre théorique, intitulé "La démarche et les Caractéristiques de la Construction de Programme de Formation FOS", vise à éclaircir les notions de "programme" et de "formation". Nous explorerons les différentes étapes indispensables pour concevoir un programme de formation approprié, en mettant un accent particulier sur les spécificités de la démarche FOS. En outre, nous examinerons d'autres aspects pertinents dans le cadre de ce processus.

L'objectif principal de ce chapitre est de fournir un cadre conceptuel solide pour l'élaboration de notre programme de formation, en tenant compte des besoins particuliers des apprenants FVP œuvrant dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie. Notre ambition est de créer un programme efficace, pertinent et adapté à leurs attentes et à leurs aspirations professionnelles, dans le but de favoriser leur progression linguistique et leur succès dans leur domaine d'activité.

Section 01 : Le programme de formation FOS

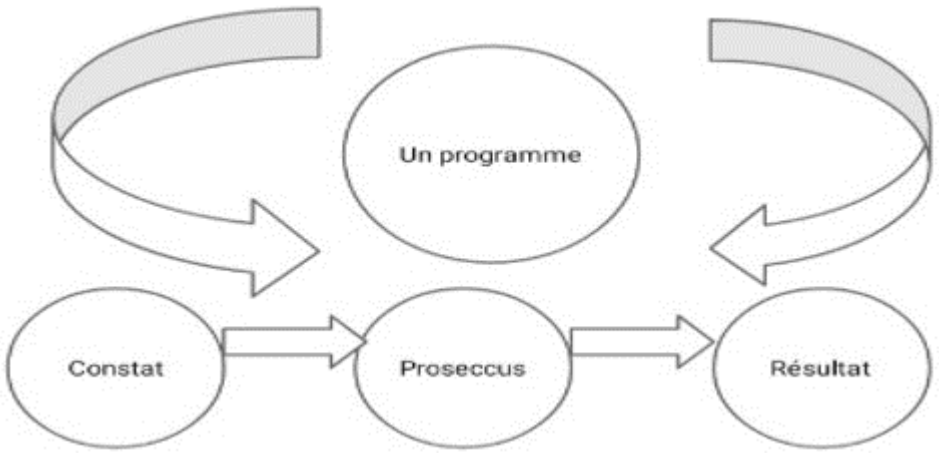
1. Définition de terme programme

Le terme "programme" fait généralement référence à une série d'étapes organisées pour atteindre un objectif spécifique. C'est un plan structuré qui guide le processus vers cet objectif défini.

Selon le lexique de la didactique des langues étrangères et secondes, un "programme" désigne un ensemble organisé de contenus, d'objectifs, de méthodes et d'évaluations destinés à un cours ou une formation particulière. Ce programme est conçu pour orienter l'enseignant dans la planification et la mise en œuvre de son enseignement, tout en fournissant une vue d'ensemble des apprentissages attendus pour les apprenants. Il peut comprendre des indications sur les compétences linguistiques à développer, les activités pédagogiques à réaliser, les ressources à utiliser, ainsi que les critères d'évaluation à considérer. En résumé, le programme représente un cadre de référence essentiel pour l'enseignement et l'apprentissage d'une langue étrangère ou seconde.

Selon Richard, le programme est, par opposition au curriculum, « une mise en forme concrète des activités de conception et d'exploitation de choix opérés antérieurement : logique du projet, évaluation des niveaux d'entrée et de sortie, choix des contenus en termes de savoirs, savoir-faire et savoir être, séquençage, planification, préparation des éléments ».

Figure 1: Modèle logique d'un programme



Source : site internet

> Une suite d'unités constituant un ensemble cohérent de connaissances, de savoir-faire, de réflexion, organisée selon une progression rigoureuse disposée pour faire participer activement l'apprenant à l'exécution de la tâche visée et à l'acquisition de connaissances ou savoir-faire et à le faire travailler seul à son propre rythme en vue d'une efficacité pédagogie maximale . d'après (GALISSON, R et COSTE, 1976)

2. Programme de formation

Un programme de formation représente un ensemble organisé d'activités et de contenus pédagogiques visant à réaliser des objectifs d'apprentissage spécifiques. Typiquement, il se compose d'une série de séquences ou de modules qui guident les apprenants à travers divers sujets ou compétences à acquérir. Ces programmes peuvent englober différents domaines tels que la formation professionnelle, linguistique, technique ou le développement personnel, et ils peuvent être déployés au sein d'entreprises, d'établissements éducatifs, d'organisations gouvernementales, ou être proposés par des organismes de formation spécialisés.

De manière plus précise, un programme de formation peut être décrit comme un document fondamental regroupant des informations relatives aux objectifs pédagogiques, aux méthodes techniques employées, ainsi qu'aux modalités d'évaluation de la formation dispensée. Pour bénéficier de financements, tout programme de formation doit reposer sur des bases solides, en conformité avec la réglementation en vigueur. Il doit comporter des objectifs clairs, une description détaillée des méthodes pédagogiques et techniques, ainsi que des modalités d'évaluation des apprenants. Ces programmes sont soumis à validation par divers organismes financeurs tels que l'État, les collectivités régionales, Pôle Emploi, etc., qui veillent à leur cohérence et leur qualité. La réforme de la formation professionnelle accentue l'importance de la qualité des actions de formation et de l'accompagnement des apprenants afin qu'ils puissent développer leurs compétences et obtenir les qualifications visées.

3. Définition de terme Formation

Le terme "formation" fait référence à l'acquisition de connaissances, compétences théoriques et pratiques dans un domaine spécifique en vue d'exercer un métier ou une profession. Cela inclut le processus d'acquisition de ces connaissances ainsi que la transmission et l'assimilation des compétences nécessaires pour être opérationnel dans ce

domaine. Il peut également désigner l'ensemble des connaissances et compétences déjà acquises par une personne, ainsi que son processus continu d'apprentissage et de développement professionnel. Bien que les termes "éducation", "apprentissage" et "enseignement" puissent être utilisés de manière interchangeable avec "formation" selon le contexte, ils revêtent des nuances conceptuelles légèrement différentes.

4. La formation linguistique

La formation linguistique désigne un type de formation qui s'intéresse principalement au développement des compétences langagières et linguistiques des apprenants ou des stagiaires et à l'amélioration de leur niveau linguistique.

Selon jean pierre cuq :

> Le FOS s'inscrit dans une démarche fonctionnelle d'enseignement et d'apprentissage : l'objectif de la formation linguistique n'est pas la maîtrise de la langue en soi, mais l'accès à des savoir-faire langagiers dans des situations dûment identifiées de communication professionnelle ou académique. En suivant une formation du FOS, l'apprenant veut réaliser une tâche précise dans un domaine donné. C'est pourquoi, le FOS souligne l'importance de l'aspect utilitaire de l'enseignement. Les cours de FOS ont pour mission, entre autres, d'aider l'apprenant à mieux se préparer au marché du travail tout en accélérant sa carrière professionnelle. Ainsi, on considère l'apprentissage du FOS comme "un capital".

5. L'élaboration d'un programme de FOS

L'élaboration d'un programme de FOS est considérée comme un processus qui comprend des étapes à suivre par les concepteurs de FOS pour assurer une formation structurée et efficace.

Et Pour élaborer un programme de formation FOS, il est nécessaire de suivre ces étapes de la démarche FOS:

- ✓ Identification de la demande .
- ✓ Analyse des besoins.
- ✓ Recueil des données sur le terrain.
- ✓ Analyse des données recueillies.
- ✓ Élaboration didactique

L'élaboration d'un programme de FOS selon (MANGIANTE et PARPETTE, 2004) nécessité beaucoup d'efforts et de temps. Nous devons respecter certaines étapes et suivre une démarche bien structurée proposée par : Pour le concepteur du programme, il y a des difficultés liées au contenu proposé car il va entrer dans un domaine inconnu et il va confronter à des situations nouvelles dans un domaine spécifique comme la médecine, l'architecture, l'économie ou le tourisme et l'hôtellerie. L'enseignant ne doit pas devenir un spécialiste du domaine dont il aura à assurer des cours de langue.

6. Formation linguistique professionnelle

En abordant les défis linguistiques rencontrés par les employés du secteur de l'hôtellerie et du tourisme, la formation professionnelle se profile comme la solution la plus efficace pour développer les connaissances et compétences nécessaires. Cette forme de formation se concentre spécifiquement sur le français professionnel ou des affaires, adaptant le vocabulaire, la compréhension et la grammaire en fonction du secteur d'activité et des métiers des apprenants. À la fin de ce processus, les apprenants seront en mesure de comprendre et de se faire comprendre en français dans un contexte professionnel.

La formation linguistique professionnelle représente un investissement stratégique pour l'entreprise, apportant des avantages concrets en termes de communication, d'image de marque, de développement des compétences, d'adaptation au marché et de conformité aux normes internationales.

Pour nos employés, la formation linguistique professionnelle revêt une importance capitale pour plusieurs raisons :

- **Amélioration de la communication :** Une formation linguistique efficace favorise des échanges plus fluides au sein de l'équipe et avec les clients, ce qui contribue à une collaboration accrue et à des interactions client plus satisfaisantes.
- **Renforcement de l'image de l'entreprise :** En investissant dans la formation linguistique de ses employés, l'entreprise témoigne de son engagement envers leur développement professionnel, renforçant ainsi son image en tant qu'employeur soucieux du bien-être et de l'évolution de son personnel.
- **Acquisition de nouvelles compétences :** La formation linguistique offre aux employés l'opportunité d'acquérir de nouvelles compétences linguistiques qui

peuvent favoriser leur progression de carrière et ouvrir de nouvelles opportunités professionnelles au sein de l'entreprise.

- **Adaptation aux exigences du marché mondial :** Dans un marché mondial de plus en plus compétitif, la maîtrise de plusieurs langues est devenue un atout essentiel. La formation linguistique professionnelle permet aux employés de s'adapter aux exigences linguistiques du marché mondial, renforçant ainsi leur compétitivité.
- **Conformité aux normes internationales :** En fournissant une formation linguistique à ses employés, l'entreprise garantit sa conformité aux normes et réglementations internationales en matière de communication professionnelle, assurant ainsi le maintien de relations commerciales solides et le respect des exigences réglementaires à l'échelle internationale.

7. L'élaboration d'un programme de formation FOS

7.1.Présentation de la démarche -type

La méthodologie standard pour concevoir des programmes FOS répond à des exigences spécifiques et ciblées en termes d'objectifs de formation de l'organisme demandeur, de cohérence du public cible et des conditions matérielles de la formation. Cette méthodologie comprend cinq étapes - la demande/commande de formation, l'analyse des besoins, la collecte de données, l'analyse des données et l'élaboration didactique - que nous allons brièvement expliciter à l'aide de l'exemple de "Parpette et Mangiante".

7.2.Les étapes

D'après le schéma proposé par Parpette et Mangiante, les phases de la méthodologie du Français sur Objectif Spécifique (FOS) se déroulent comme suit :

7.2.1. Identification de la demande

Cette phase implique la compréhension des exigences formulées par l'organisme demandeur concernant la formation, notamment en ce qui concerne la durée, les horaires, les coûts et les conditions matérielles, afin d'établir de manière précise l'objectif de la formation.

Dans notre situation, l'étape de la demande n'est pas applicable, car nous proposons une formation destinée aux employés de l'industrie hôtelière et touristique, et cette démarche a déjà été effectuée.

7.2.2. Analyse des besoins

Une fois la demande identifiée, cette étape implique une analyse approfondie des besoins de formation, en examinant les situations de communication auxquelles les apprenants seront confrontés à la fin de la formation, pour déterminer les connaissances linguistiques et les compétences à acquérir.

Selon (J.P CUQ) l'analyse de besoins prend en considération « les demandes, les contraintes, les ressources, les objectifs, les contenus, les stratégies, les activités pédagogiques, les interactions et l'évaluation »

Selon Mangiante et Parpette :

> L'analyse des besoins 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. Elle prend également en considération l'arrière-plan culturel des discours échangés dans ces situations, lequel participe pleinement à la réalisation de la communication. Dans les deux cas cités ici, l'analyse révèlera des situations cibles très différentes :

- ✓ Pour les agriculteurs ukrainiens, dialogues en milieu professionnel et connaissance du fonctionnement des exploitations agricoles françaises ; découverte de l'arrière-plan culturel lié à l'histoire du monde agricole français, à l'existence de l'Union Européenne et de la PAC.
- ✓ Compétences académiques pour les étudiants marocains : compréhension orale de discours pédagogiques longs, rédaction de travaux, lecture etc., mais pas d'information culturelle particulière puisqu'ils restent dans leur propre système universitaire.

Donc, en analysant les besoins linguistiques suite à la demande, on doit prendre en considération d'abord, les différents contextes d'énonciation, en plus, le facteur de la culture dans les interactions entre les interlocuteurs car cet échange implique la rencontre de plusieurs cultures.

7.2.3. Recueil des données sur le terrain

La collecte de données authentiques du milieu professionnel ou universitaire concerné est essentielle pour sélectionner les supports pédagogiques appropriés, en entrant en contact avec les principaux acteurs du secteur et en recueillant des documents écrits et des enregistrements d'entretiens oraux.

Selon (Mangiante et Parpette 2004)

> La collecte des données conduit l'enseignant à sortir de son cadre habituel de travail pour entrer en contact avec un milieu qu'il ne connaît pas, a priori, et auquel il doit expliquer ses objectifs et le sens de sa démarche pour obtenir les informations dont il a besoin." Ce milieu qu'il ne connaît pas est régi par ses propres règles, et l'enseignant va donc devoir composer avec les contraintes des institutions pour recueillir les données nécessaires à la conception d'une formation pour un public spécifique.

7.2.4. Analyse et traitement des données

Cette étape consiste à analyser les données recueillies afin de confirmer ou infirmer les hypothèses initiales sur les besoins de formation, et d'étudier les caractéristiques linguistiques et discursives des différents types de discours afin de dégager les priorités d'enseignement.

Selon (J.P CUQ : 2003) « l'analyse de besoins prend en considération « les demandes, les contraintes, les ressources, les objectifs, les contenus, les stratégies, les activités pédagogiques, les interactions et l'évaluation ».

Selon (Martinez : 2011)

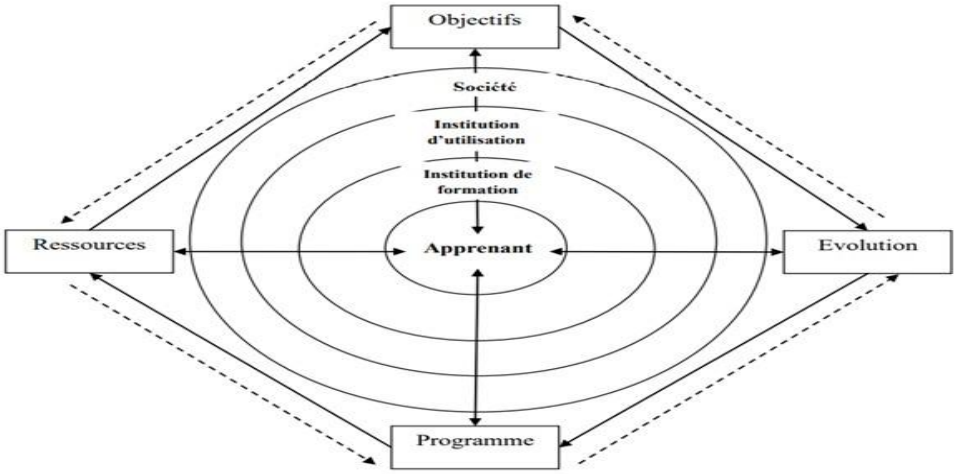
> Il existe des modèles unitaires utilisés pour analyser les besoins des apprenants. Le chercheur a utilisé le modèle de Richterich et Chancerel en vue d'analyser les besoins langagiers de public visé car ce modèle prend en considération tous les paramètres d'un processus d'enseignement du FOS et regroupe aussi les différentes composantes de l'analyse des besoins.

Ainsi, pour analyser les besoins des apprenants, on utilise un certain modèle cité au-dessus et présenté au-dessous en vue d'envisager le programme d'enseignement.

7.2.5. Elaboration des activités pédagogiques

En dernier lieu, la conception des activités pédagogiques intègre les informations recueillies et étudiées afin de développer un programme de formation adapté aux exigences particulières du groupe cible, en accordant une attention particulière aux éléments culturels et linguistiques pertinents. Cette phase requiert un investissement considérable en temps et en préparation.

Figure 2: Modèle d'identification des besoins d'apprenant



Source : Le modèle de Richterich et Chancerel

En synthèse, la méthodologie du français sur objectif spécifique (FOS) implique l'élaboration d'un programme de formation personnalisé répondant aux besoins spécifiques d'un groupe homogène, avec des objectifs clairement définis et urgents. Ce processus est divisé en cinq étapes : identification de la demande, analyse des besoins, collecte de données sur le terrain, analyse et traitement des données, et élaboration des activités pédagogiques. Initialement, il s'agit de comprendre les besoins exprimés par l'organisme demandeur, suivi d'une analyse approfondie par le fournisseur de formation. Ensuite, la collecte de données authentiques du milieu professionnel ou universitaire concerné est cruciale pour sélectionner les supports pédagogiques appropriés. L'analyse de ces données permet de confirmer les hypothèses initiales et d'identifier les priorités d'enseignement. Enfin, l'élaboration des activités pédagogiques intègre ces données pour concevoir un programme adapté aux besoins spécifiques du public cible, en mettant l'accent sur les aspects culturels et linguistiques pertinents. Cette approche exige un investissement significatif en temps et en travail préparatoire avant le démarrage de la formation.

D'après (Jean-Marc. Mangiante et C. Parpette, 2004)

> La conception des activités didactiques pour les apprenants en Français sur Objectifs Spécifiques (F.O.S) repose sur des choix méthodologiques découlant de l'approche communicative, considérée comme l'essence même du F.O.S. Ces choix incluent la promotion de formes participatives de travail pour favoriser une pratique maximale de la langue, la stimulation des interactions entre les apprenants pour des échanges authentiques, et la combinaison de travail collectif avec des moments d'autonomie pour renforcer la motivation et l'implication des apprenants.

Section 02 : Le FOS /FLP : Caractéristiques et démarche

1. Le concept FVP

Le Français à Visée Professionnelle (FVP) est un terme dérivé du Français sur Objectifs Spécifiques (FOS), qui désigne une démarche de formation linguistique s'adressant à des salariés déjà en poste et souhaitant acquérir la maîtrise de la langue française ainsi que développer certaines compétences linguistiques.

Selon (Florence Mourlhon-Dallies, 2006) :

> Le FLP est une démarche d'enseignement du français à des fins professionnelles qui s'adresse à des personnes devant exercer leur profession entièrement en français. Pour les publics en question, le cadre d'exercice de la profession au complet est en français (pratique du métier, aspects juridiques et institutionnels, échanges avec les collègues et avec la hiérarchie) même si une partie de l'activité de travail peut être réalisée ponctuellement en anglais ou en d'autres langues (celles de clients, par exemple).

Cela différencie le FLP du français sur objectifs spécifiques (FOS), lequel permet essentiellement à des non natifs de maîtriser le français dans leur contexte professionnel d'origine, en ciblant des compétences limitées (besoins de lecture technique, contacts avec une clientèle française, négociations en français).

L'une des originalités du FLP est de ne pas se cantonner au secteur du français langue étrangère (FLE) ; le FLP s'applique tout autant à des enseignements en français langue maternelle (FLM) et en français langue seconde (FLS). Ce positionnement transversal au FLM, FLS et FLE est une des grandes différences avec le FOS. »

Florence MOURLHON-DALLIES souligne que le français sur objectif spécifique (FLP) se décline selon les branches et les métiers. Contrairement au français de spécialité, qui était plutôt transversal, le FLP se concentre sur les réalités spécifiques du travail. Ainsi, on envisage des programmes de FLP pour des secteurs comme la santé, l'informatique, la vente ou le BTP, mais pas de manière transversale. Les regroupements dans les branches professionnelles reflètent les interactions réelles sur le lieu de travail. Par exemple, un chirurgien, un anesthésiste et une infirmière spécialisée en bloc opératoire peuvent être regroupés, car ils travaillent ensemble dans des dispositifs de soins.

Dans sa déclinaison par branche ou par métier, le FLP met l'accent sur le caractère collectif et collaboratif du travail. Il ne se limite pas à la description des tâches d'un métier, mais vise plutôt à une compréhension plus globale de l'environnement professionnel. Contrairement à une approche centrée sur l'apprenant, axée sur les besoins spécifiques d'un métier ou de situations types, le FLP se concentre sur l'organisation du travail. Il met en évidence la logique d'exercice des professions, qui va au-delà de la maîtrise de formulations linguistiques dans des situations données. En effet, la prise de décision, les silences, le choix du canal de communication et d'autres aspects conditionnent également l'expression linguistique. Ainsi, l'enseignement du FLP implique l'acquisition d'attitudes professionnelles aussi bien que de vocabulaire spécifique. Ces concepts seront développés dans l'ouvrage "Enseigner une langue à des fins professionnelles" publié en 2008 chez Didier, dans la collection "Langues et didactique".

2. La démarche FLP

La méthodologie du Français Langue Professionnelle (FLP), également connue sous le nom de Français sur Objectifs Spécifiques (FOS), emprunte les mêmes étapes que la démarche de FOS proposée par Mangainte et Parpette en 2004. Elle débute par l'identification de la demande, puis elle procède à l'analyse des besoins spécifiques. Ensuite, elle implique la collecte de données sur le terrain, suivie de leur analyse approfondie et de leur traitement. Enfin, elle conduit à la conception d'activités didactiques adaptées. Cette approche méthodique a pour objectif de créer des programmes de formation linguistique sur mesure, en accord avec les exigences particulières des professionnels dans divers secteurs. L'objectif principal est de développer les compétences linguistiques dans un contexte professionnel, ce qui nécessite une analyse préalable des discours et des pratiques au sein de l'entreprise.

3. Les caractéristiques de la démarche FOS

Le Français sur Objectifs Spécifiques (FOS) se caractérise par son public, qui n'est pas composé de spécialistes de la langue française, mais qui l'utilise dans un contexte défini et pour des besoins pratiques, qu'il s'agisse d'un cadre universitaire ou professionnel. Ce public dispose d'un temps limité pour suivre une formation, ce qui exige une approche individualisée et adaptée à des besoins spécifiques. Par conséquent, le FOS est conçu sur mesure, répondant à une demande précise et émergeant uniquement lorsque nécessaire, selon le concept de "sur commande" tel que décrit par Merzoug (2016).

En outre, la formation sur Objectifs Spécifiques (FOS) en français se distingue par plusieurs caractéristiques essentielles. Tout d'abord, elle est conçue pour répondre aux besoins linguistiques particuliers des apprenants dans des contextes professionnels ou académiques spécifiques, tels que le commerce, le droit, la médecine ou le tourisme. Les objectifs d'apprentissage sont clairs et précis, tenant compte des tâches et des situations de communication spécifiques auxquelles les apprenants seront confrontés dans leur domaine d'activité, comme évoqué par Mangiante et Parpette dans leurs écrits.

Le contenu de la formation est adapté pour refléter le vocabulaire, les structures grammaticales et les compétences communicatives nécessaires dans le domaine spécifique des apprenants, en utilisant des exemples concrets et des situations réalistes. La méthodologie d'enseignement est également ajustée, favorisant le développement des compétences linguistiques à travers des activités telles que des simulations de situations professionnelles ou des études de cas.

L'évaluation des compétences linguistiques se fait dans le contexte spécifique du domaine d'activité des apprenants, en évaluant leur capacité à utiliser la langue de manière efficace et appropriée dans des situations professionnelles ou académiques réelles. La FOS est également flexible, permettant d'adapter la formation en fonction des besoins spécifiques des apprenants et d'ajuster les contenus et les activités en fonction de leurs progrès et de leurs retours.

En résumé, la FOS en français vise à fournir aux apprenants les compétences linguistiques nécessaires pour réussir dans leur domaine professionnel ou académique spécifique, en adoptant une approche pratique, ciblée et adaptée à leurs besoins spécifiques.

Section 03 : L'enseignement/apprentissage de FOS (Défis et modalités)

1. Les contraintes de l'enseignement -apprentissage de FOS

Comme elle a souligné Parpette Chantal : « Le FOS C'est une démarche exigeante qui demande des conditions institutionnelles favorables. L'important est en effet que la démarche soit pensée à tous les niveaux - institution, responsable de formation et enseignant - pour qu'elle puisse efficacement »

Face à un contexte de globalisation croissante, l'enseignement et l'apprentissage du Français sur Objectifs Spécifiques (FOS) se trouvent confrontés à une série de défis. Ces défis surviennent alors que le FOS assume un rôle essentiel dans la facilitation des échanges internationaux, ce qui requiert une approche ajustée pour répondre aux besoins particuliers des apprenants.

1.1.Les Contraintes confrontés par les apprenants

Les étudiants en FOS sont confrontés à divers défis, parmi lesquels celui d'être tenus d'assister à des cours dans le cadre de leurs responsabilités professionnelles ou académiques. Cette contrainte peut affecter leur motivation et leur implication, ce qui risque de compromettre les résultats attendus de leur apprentissage.

1.1.1. Le défi du temps limité

L'un des défis principaux auxquels les apprenants en FOS font face est la contrainte de temps due à leurs responsabilités professionnelles ou académiques déjà établies. Cette limitation temporelle entrave fréquemment leur capacité à assister régulièrement aux cours et à développer pleinement leurs compétences linguistiques.

1.1.2. Obstacles liés aux déplacements

Pour certains étudiants en FOS, les contraintes géographiques représentent un obstacle majeur, les empêchant de participer aux cours en raison de l'éloignement entre leur domicile et le lieu de formation. Cette nécessité de déplacement peut engendrer des difficultés supplémentaires, notamment sur le plan financier et organisationnel.

1.1.3. Difficultés financières

Les frais élevés liés aux cours de FOS représentent un défi majeur pour de nombreux étudiants, surtout pour ceux qui souhaitent développer leurs compétences linguistiques dans des domaines spécifiques. Cette contrainte financière peut restreindre l'accès à une formation de qualité et dissuader certains apprenants de poursuivre leurs études.

1.1.4. Défis psychologiques

En plus des défis externes, certains apprenants de FOS doivent également surmonter des obstacles psychologiques, tels que le doute de soi et l'incertitude quant à leur capacité à réussir dans un environnement d'apprentissage spécialisé. Ces défis psychologiques peuvent compromettre leur engagement et leur motivation à suivre les cours de FOS.

1.2.Les Défis rencontrés par les enseignants de FOS

Les enseignants de FOS sont également confrontés à plusieurs défis, notamment le manque de formation spécialisée et le manque de contact direct avec les apprenants avant le début de la formation. Ces obstacles peuvent entraver leur capacité à fournir un enseignement efficace et adapté aux besoins spécifiques des apprenants.

1.2.1. Formation insuffisante des enseignants

Un défi majeur pour les enseignants de FOS réside dans le manque de formation spécialisée dans ce domaine, ce qui peut compromettre la qualité de l'enseignement dispensé. Cette lacune dans la formation peut entraîner une inefficacité pédagogique et nuire à l'expérience d'apprentissage des apprenants.

1.2.2. Importance du contact avec les apprenants

L'établissement d'un contact direct ou indirect avec les apprenants avant le début de la formation en FOS est crucial pour mieux comprendre leurs besoins linguistiques et leurs attentes. Ce contact permet aux concepteurs de programmes de FOS de personnaliser l'enseignement en fonction des besoins spécifiques des apprenants et d'optimiser ainsi leur expérience d'apprentissage.

1.2.3. Spécificité du contenu des cours

La création de contenu de cours adapté aux besoins spécifiques des apprenants de FOS dans des domaines professionnels variés représente un défi pour les enseignants. Ce défi réside dans la nécessité de familiariser les concepteurs de programmes avec des domaines spécialisés et de créer des programmes qui répondent aux besoins linguistiques uniques des apprenants.

1.2.4. Collecte de ressources pour l'enseignement

La collecte de ressources nécessaires à l'élaboration de cours de FOS dans des domaines spécialisés exige du temps et des efforts de la part des enseignants. Cette collecte de ressources peut être compliquée par le manque d'accès à des sources fiables et spécialisées, ce qui peut limiter la qualité de l'enseignement dispensé.

1.2.5. Adaptation aux besoins changeants des apprenants

Les concepteurs de programmes de FOS doivent être flexibles et capables de s'adapter aux besoins évolutifs des apprenants pendant la formation. Cette capacité d'adaptation.

Conclusion patielle :

Malgré l'intérêt croissant pour le FOS, son enseignement présente certaines difficultés qui entravent la réalisation des objectifs de formation. Au niveau de l'enseignement, la principale difficulté réside dans le manque d'enseignants formés capables d'élaborer des programmes adaptés. La plupart des enseignants méconnaissent les particularités des publics à prendre en compte lors de l'élaboration des cours, et les manuels disponibles sur le marché ne répondent souvent pas aux besoins des apprenants. Il est donc crucial d'adopter une méthodologie permettant de réaliser les objectifs des apprenants tout en tenant compte de leurs spécificités. De plus, les enseignants éprouvent des difficultés à trouver les ressources nécessaires pour élaborer leurs cours, et sont souvent chargés de préparer des formations dans des domaines dont ils ignorent les grands principes.

Quant aux apprenants, ils font face à plusieurs défis. Leur temps d'apprentissage est souvent limité, étant donné qu'ils suivent les cours après une longue journée de travail ou

d'études, ce qui les empêche d'être réguliers et de participer pleinement aux activités proposées. La difficulté de se déplacer affaiblit également leur motivation à suivre ce type de cours, en particulier dans les pays en développement où les cours de FOS sont souvent dispensés dans les grandes villes. De plus, le coût élevé des formations de FOS peut être dissuasif, surtout pour les apprenants issus de milieux défavorisés. Enfin, certains professionnels ayant terminé leurs études depuis longtemps doutent de leur capacité à reprendre des cours spécifiques dans leur domaine professionnel, ce qui peut être renforcé par des obligations institutionnelles de suivre ces formations sans y voir un intérêt particulier.

Malgré ces défis, le FOS est un domaine en plein essor qui touche divers secteurs professionnels et académiques, tels que le français des affaires, le français de l'hôtellerie et du tourisme, le français scientifique et technique, et bien d'autres. Pour surmonter ces difficultés, il est essentiel de prendre en compte les besoins spécifiques des publics cibles, de leur offrir des formations adaptées et de les motiver à atteindre leurs objectifs linguistiques et professionnels

2. Les Modalités de l'enseignement de FLE

Les modalités de l'enseignement/apprentissage du FOS se résument dans la réponse à ces questions :

- ✓ Il n'y aura combien de personne à former ?
- ✓ Elles ont besoin de commencer quand ?
- ✓ Il faut qu'elles aient fini la formation à quel moment ?
- ✓ Combien le commanditaire a de budget pour vous permettre de créer votre formation ?
- ✓ Quel est le budget que vous vous avez vous en tant que concepteur ?
- ✓ Pour qui allez-vous créer votre formation?
- ✓ Des étudiants ?
- ✓ En commerce ?
- ✓ En droit ?
- ✓ En optique ?
- ✓ En Licence ?

- ✓ En Doctorat?
- ✓ Des salariés ?
- ✓ Qui exercent quel métier ?
- ✓ Qui habitent déjà en France ?
- ✓ Des formateurs/professeurs qui animeront votre formation dans leur établissement?

Dans le processus de conception d'un programme d'enseignement/apprentissage sur les fondements de l'optique, plusieurs considérations cruciales doivent être prises en compte afin de garantir son efficacité et son adaptation aux besoins des apprenants. Tout d'abord, il est essentiel de déterminer le nombre de participants à la formation, ce qui permettra d'adapter le contenu en fonction du groupe cible, en veillant à maintenir un ratio optimal entre formateurs et apprenants pour favoriser l'interaction et la compréhension individuelle.

Ensuite, il est nécessaire de fixer le début de la formation, en tenant compte des contraintes de temps liées aux objectifs de la formation et à la disponibilité des participants. Cette date peut être soit fixe, soit flexible, en fonction des besoins spécifiques du public visé et des exigences du contenu.

De même, il est crucial d'établir la date de clôture de la formation, en tenant compte des objectifs pédagogiques et des attentes du commanditaire. Il est important de définir des délais réalistes tout en assurant la qualité de l'apprentissage et la maîtrise des concepts enseignés.

Sur le plan financier, il est nécessaire d'aborder deux questions essentielles : le budget alloué par le commanditaire pour la création de la formation, ainsi que le budget disponible pour le concepteur du programme. Ces informations permettent de définir les ressources disponibles pour la conception et la mise en œuvre du programme, en tenant compte des coûts associés à la recherche, au développement du contenu, à la production multimédia, etc.

Enfin, il est important de déterminer le public cible de la formation, qui peut inclure des étudiants de divers niveaux académiques (commerce, droit, optique, licence, doctorat) ainsi que des professionnels en exercice. La formation peut également s'adresser à des formateurs ou des enseignants qui auront la responsabilité d'animer le programme dans leur établissement respectif. En identifiant clairement le public cible, il devient possible

d'adapter le contenu et les méthodes pédagogiques pour répondre aux besoins spécifiques de chaque groupe d'apprenants.

Conclusion

À la clôture de ce chapitre et de notre cadre théorique, nous pouvons constater que celui-ci représente une porte par laquelle nous avons exploré la démarche de conception de notre programme de formation professionnelle, ainsi que les concepts fondamentaux liés à notre domaine d'étude. L'intégration de ces concepts est cruciale dans notre recherche scientifique axée sur le français à des fins spécifiques et professionnelles.

Nous passerons désormais à la phase pratique, amorçant dans le premier chapitre notre expérimentation et l'analyse des documents recueillis. Par la suite, dans le deuxième chapitre intitulé "La proposition didactique", nous présenterons notre proposition didactique sous forme de cours et d'activités conçus spécifiquement pour les employés du secteur du tourisme et de l'hôtellerie, en tenant compte de leurs besoins et de leur niveau.

Enfin, nous conclurons notre mémoire par une synthèse globale dans laquelle nous récapitulerons l'ensemble des aspects abordés.

DE L'ANALYSE DES BESOINS A L'ELABORATION D'UN PROGRAMME EN FRANÇAIS

Chapitre 04 : Expérimentation et analyse des résultats

Introduction

Dans ce chapitre, intégré à la section pratique de notre mémoire de fin d'études intitulée "Expérimentation et Analyse des Résultats", notre objectif principal est d'explorer en profondeur notre expérimentation et les démarches concrètes entreprises dans le cadre pratique de notre étude. L'accent sera mis sur la compréhension des défis linguistiques rencontrés par les professionnels de l'hôtellerie et du tourisme, ainsi que sur l'analyse de leurs besoins en termes de langues et de communication, dans le but de concevoir un programme de formation adéquat répondant à ces exigences.

Dans ce chapitre, nous débuterons par une présentation détaillée de notre corpus de travail. Ensuite, nous décrirons l'emplacement et le contexte de notre enquête. Par la suite, nous procéderons à une analyse descriptive et analytique des documents existants, notamment des documents authentiques spécifiques au secteur de l'hôtellerie et du tourisme, ainsi que des données recueillies telles que des questionnaires, des entretiens et des tests de compétences linguistiques. Nous inclurons également les données générées telles que les enregistrements d'appels et les vidéos.

Enfin, nous conclurons ce chapitre par une synthèse approfondie des interprétations tirées de ces données recueillies auprès des employés. Nous nous appuierons sur les résultats obtenus concernant les besoins linguistiques spécifiques des professionnels, ainsi que sur les observations générales sur l'utilisation de la langue dans leur domaine d'activité.

Section 01 : Description de l'expérimentation

1. Présentation de corpus

1.1.Le public enquêté

Notre échantillon étudié se compose d'une sélection restreinte de professionnels travaillant dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme en Algérie, occupant divers postes tels que réceptionnistes et guides touristiques.

Les individus enquêtés sont des acteurs du domaine du tourisme et de l'hôtellerie confrontés à des difficultés linguistiques spécifiques liées à leur champ d'activité, notamment en ce qui concerne le français de spécialité. Notre objectif est de remédier à ces difficultés linguistiques et d'améliorer leur compétence en français dans le contexte de l'industrie hôtelière et touristique. Pour ce faire, nous visons à répondre à leurs besoins linguistiques en concevant un programme de formation adapté aux objectifs spécifiques de leur domaine professionnel.

1.2.Les Objectifs de l'expérimentation

L'objectif principal de notre expérimentation est d'identifier les difficultés linguistiques auxquelles font face les professionnels de l'industrie hôtelière et touristique, ainsi que leurs exigences en matière de formation. Nous avons l'intention de répondre à ces besoins à travers notre programme de formation FOS, en nous inspirant des étapes du programme de formation linguistique développé par les chercheurs Jean-Marc Mangiante et Chanal Parpette.

1.3.La situation initiale

Notre étude se concentre sur les défis professionnels rencontrés par les employés travaillant dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme, notamment en ce qui concerne l'utilisation de la langue spécialisée, le français de l'industrie hôtelière et touristique. Nous avons identifié que la maîtrise de la langue française, en particulier du lexique spécialisé, ainsi que des compétences écrites et orales, pose des difficultés majeures pour ces professionnels, surtout dans le domaine de l'écrit.

Pour répondre à notre question de recherche, nous avons mené une étude scientifique utilisant un questionnaire en ligne, des entretiens via les réseaux sociaux, ainsi que des enquêtes et des contacts directs avec des employés sur le terrain, en mettant particulièrement l'accent sur les réceptionnistes et les guides touristiques. Notre objectif était d'identifier les obstacles et les lacunes linguistiques auxquels ils font face dans leur utilisation de la langue spécialisée.

En conclusion, notre recherche vise à mettre en lumière les problèmes spécifiques liés à la langue rencontrée par les employés travaillant dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme, et à proposer des solutions adaptées en nous appuyant sur l'analyse des questionnaires, des entretiens et des données recueillies. Nous espérons ainsi contribuer à l'amélioration de l'enseignement et de l'apprentissage du français spécialisé pour les travailleurs de ce secteur qui dépendent largement de cette langue dans leur quotidien professionnel.

1.4.Le lieu de l'expérimentation

L'expérimentation a été principalement menée à distance, en utilisant largement des moyens numériques et les réseaux sociaux pour entrer en contact avec des employés situés dans diverses wilayas. Cependant, afin d'enrichir notre approche, nous avons également effectué des visites sur le terrain dans les wilayas de Médéa et de Blida. Notre objectif était de compléter nos interactions en ligne par des rencontres directes avec les employés, afin d'obtenir des informations plus approfondies sur leur environnement de travail et leurs besoins.

À Médéa, nous avons visité plusieurs hôtels, notamment l'hôtel Samer à El Hamdania et l'hôtel M'sallah au centre de Médéa, ainsi que divers dortoirs de la région. De plus, nous avons pris contact avec plusieurs agences de voyages, telles que l'Agence Najah, pour recueillir des données supplémentaires.

À Blida, nous avons étendu nos visites à trois hôtels, notamment l'Hôtel Zaim et la Cité des Fleurs, entre autres établissements.

Ces visites sur le terrain nous ont permis d'appréhender de manière plus approfondie les réalités locales et de compléter notre étude avec des données tangibles et des expériences directes avec les employés. Cela nous a également permis d'évaluer leurs

compétences en français, d'identifier leurs besoins spécifiques et d'analyser leurs lacunes linguistiques et communicationnelles de manière plus précise.

2. Déroulement de l'expérimentation

Notre expérimentation se déroule à la fois en ligne et sur le terrain, utilisant une combinaison de méthodes pour recueillir des données. En ligne, nous avons déployé un questionnaire créé à l'aide de Google Forms, diffusé dans des groupes en ligne dédiés à l'hôtellerie et au tourisme en Algérie. De plus, des entretiens en ligne ont été réalisés via diverses plateformes telles que Messenger, WhatsApp, etc.

Sur le terrain, nous avons distribué physiquement le questionnaire et effectué des déplacements à Médéa et à Blida pour le remettre aux employés et collecter des documents authentiques auprès d'eux. En ce qui concerne les entretiens, bien que nous ayons eu quelques discussions en personne avec des employés sur le terrain, la majorité des entretiens ont été menés en ligne, en raison de la disponibilité limitée des participants en personne.

Notre enquête comprend un questionnaire composé de 45 questions variées, comprenant des questions ouvertes, fermées et semi-ouvertes, couvrant divers aspects nécessaires pour atteindre nos objectifs. Ces questions abordent des sujets tels que les problèmes linguistiques, les besoins de formation, les tâches linguistiques et culturelles, ainsi que l'utilisation des outils technologiques dans les établissements hôteliers et touristiques, etc.

Parallèlement, nos entretiens consistent en 41 questions entièrement ouvertes, explorant les aspects linguistiques, culturels, technologiques, et autres, afin de recueillir des informations approfondies et nuancées sur les besoins et les défis rencontrés par les employés dans leur travail quotidien.

3. Les conditions et les obstacles de la réalisation de l’expérimentation

La réalisation de notre enquête a été confrontée à divers défis qui ont rendu les conditions difficiles. Ces obstacles ont inclus les déplacements vers les établissements hôteliers et touristiques, le refus de certains employés de participer aux questionnaires et aux entretiens, ainsi que la complexité de collecter des documents tels que les enregistrements audios et les productions écrites aussi ,L'absence de sources adéquates

constitue l'un des défis majeurs rencontrés et Ceci peut s'expliquer par le manque d'attention accordée à ces sujets par les étudiants, notamment dans le domaine de l'enseignement du français. Nous n'avons pas réussi à trouver des références fiables et pertinentes pour appuyer notre sujet et nous fournir les informations nécessaires sur le français spécialisé dans le domaine du tourisme et de l'hôtellerie en Algérie. Le questionnaire et les entretiens ont été administrés de février à mars, au cours desquels nous avons contacté les professionnels du secteur et leur avons distribué le questionnaire, en plus de mener des entretiens pour recueillir des informations sur leurs besoins, leurs lacunes et leurs attentes.

Les objectifs principaux du questionnaire et des entretiens étaient les suivants :

- Acquérir une compréhension approfondie du secteur de l'hôtellerie et du tourisme.
- Analyser les besoins linguistiques et identifier les lacunes chez les employés.
- Enrichir le lexique spécialisé utilisé dans le domaine.
- Améliorer le niveau de maîtrise du français des employés.
- Renforcer les compétences de communication et d'expression écrite des employés.

Section 02 : Analyse et interprétation du questionnaire

1. Le Questionnaire

1.1.Définition

Le questionnaire est une méthode de collecte de données conçue pour permettre la compréhension et l'interprétation des phénomènes, en fournissant des informations détaillées sur le sujet de recherche et en impliquant la participation d'un grand nombre de personnes. Contrairement aux entretiens et aux observations, qui sont généralement menés de manière individuelle, le questionnaire consiste en un ensemble de questions méthodiquement posées dans un ordre précis dans le but de comprendre et d'analyser des phénomènes ou des situations spécifiques.

1.2.Types de Questionnaires

Les questionnaires se divisent en deux catégories principales :

1.2.1. Questionnaire Ouvert

Ce type de questionnaire, les questions sont prédéfinies, mais les participants et les intéressés sont libres de répondre de manière ouverte et librement, et ils peuvent fournir des informations et des détails supplémentaires sur le sujet si nécessaire.

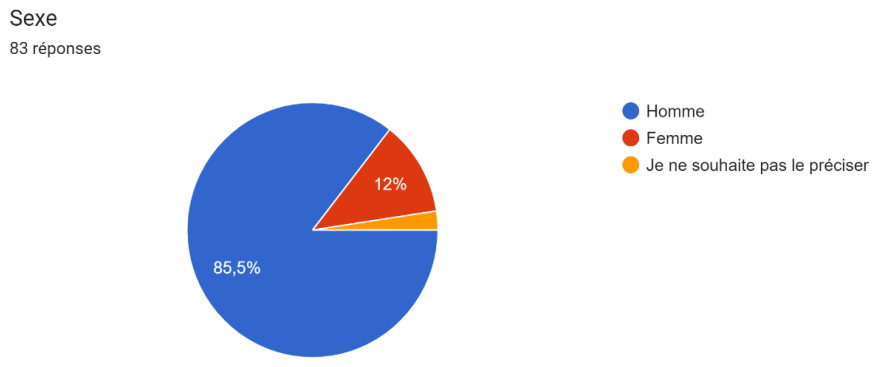
1.2.2. Questionnaire Fermé

Ici, les options sont préalablement définies pour les participants, qui n'ont qu'à choisir parmi les options proposées. Ce type d'enquête vise à obtenir des résultats comparables et plus objectifs. Contrairement à l'enquête ouverte qui permet la liberté d'expression sans restriction.

1.3.L'analyse du questionnaire

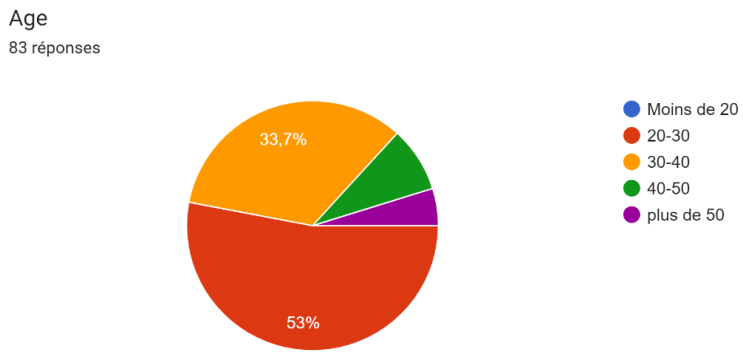
Nous avons élaboré un questionnaire de treize questions fermées et ouvertes destiné aux employés du secteur de l'hôtellerie et du tourisme en vue d'analyser leurs besoins langagiers. Et ce, dans le but ultime de préparer un programme FOS. Nous avons réalisé notre questionnaire au sein de différents hôtels et agences en Algérie. Les résultats de l'entrevue étaient comme suit :

Figure 3: l'échantillon de l'étude selon le sexe



Parmi les 83 interrogés 85,5% sont des hommes, 12% sont des femmes, donc la plupart des interrogés sont des hommes.

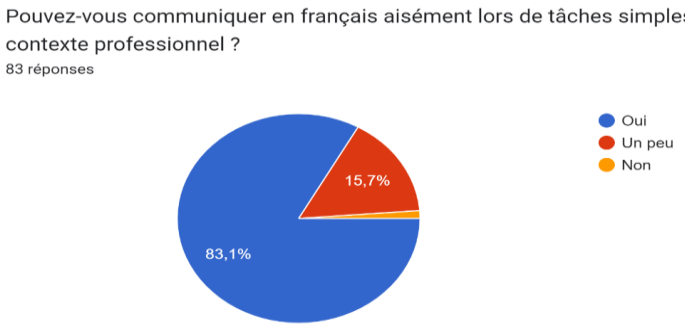
Figure 4: l'échantillon de l'étude selon l'Age



Sur la question du post actuel des interrogés, les réponses sont en premier lieu des supérieurs, le reste des post sont : un agent commercial, chef de réception, chef commercial dans une agence touristique, directeur d'hôtel, enseignant en service de restauration hôtelière, enseignant dans une école de l'hôtellerie, responsable RH, réceptionniste, guide touristique, responsable financier, gérant d'hôtel, ingénieur informaticien.

Ces interrogés font partie de plusieurs entreprises et hôtels qui sont : AZ de Zéphyr, agences de voyages, hôtel de saint Nicolas, hôtel Royal tulipe, institut spécialisé de la formation professionnelle, hôtel Rais, hôtel Rayadi Oran, Rezig travel agency, hôtel Oasis, hôtel Almakam, Najah Travel, hôtel du Nord Bejaïa.

Figure 5: l'échantillon de l'étude selon la communication en français



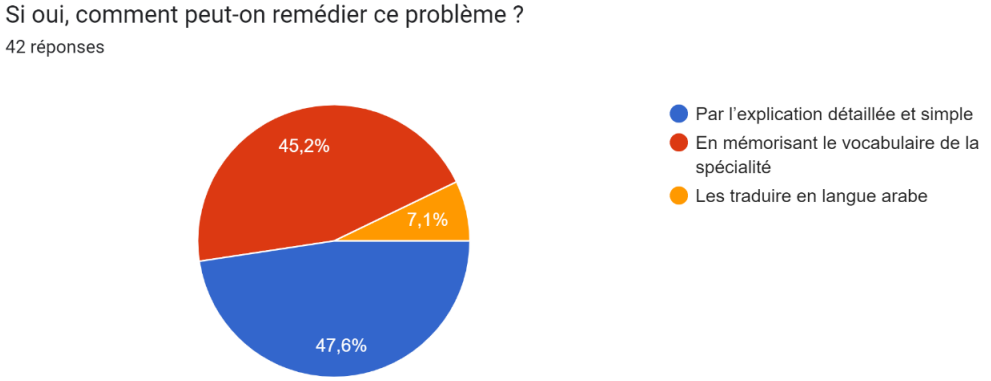
En réponse à la question : Pouvez-vous communiquer en français lors de taches simples et habituelles dans un contexte professionnel ? Le résultat est 83,1 % peuvent communiquer en français aisément lors de taches simples et habituelles dans un contexte professionnel et 15,7 % peuvent communiquer un peu en français.

Figure 6: l'échantillon de l'étude selon la compréhension des mots de la spécialité



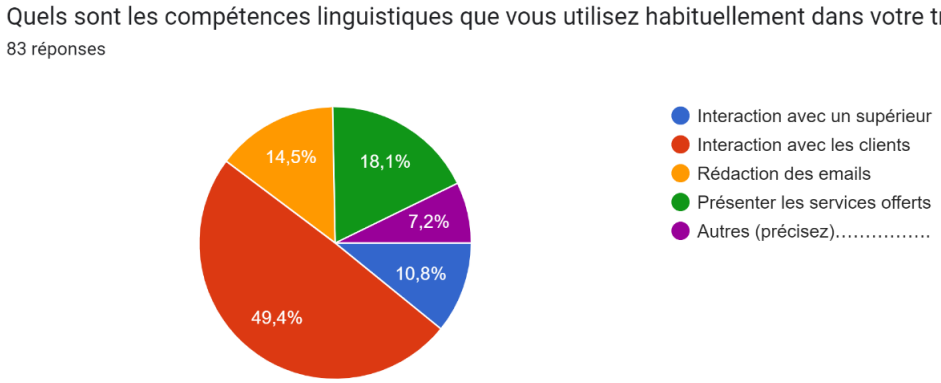
Au niveau de la compréhension des mots de la spécialité 91,6 % n'y trouvent pas des difficultés, alors que 8,4 % manifestent plusieurs difficultés à la compréhension de la terminologie spécifique à l'hôtellerie et le tourisme.

Figure 7: l'échantillon de l'étude selon la remédier le problème de la compréhension des mots de la spécialité



Pour remédier à ce problème 47,6% choisissent l'explication détaillée et simple des termes, 45,2 % préfèrent la mémorisation du vocabulaire de la spécialité, 7,1 % tendent à la traduction des termes en langue arabe.

Figure 8: l'échantillon de l'étude selon les compétences linguistique



La question sur les compétences linguistiques utilisées habituellement dans le secteur de l'hôtellerie, 49,4 % est l'interaction avec les clients, 18,1 % présenter les services offerts, 14,5 % rédaction des emails, 10,8 % interaction avec un supérieur.

Figure 9: l'échantillon de l'étude selon l'utilisation de la langue française au travail



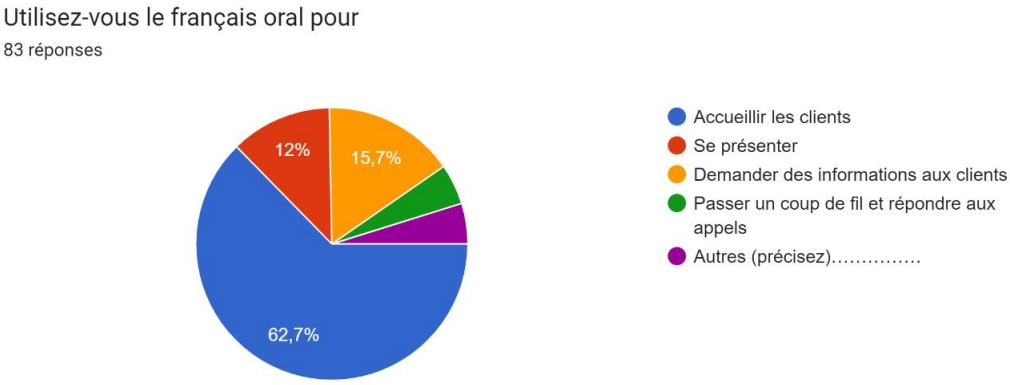
La plupart des interrogés 90,4 % pratiquent la langue française au travail, or, 9,6 % seulement ne pratiquent pas la langue française au travail.

Figure 10: l'échantillon de l'étude selon la compétence linguistique



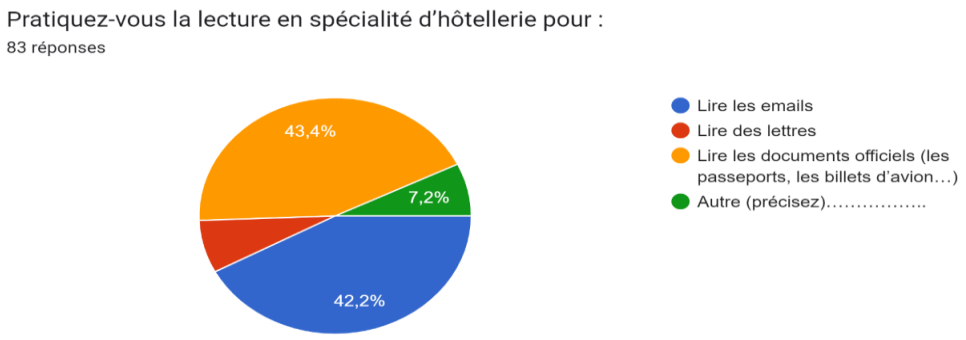
En effet parmi les utilisateurs de la langue française, 59 % ont recours à l'écrit, et 41 % optent pour la compétence orale. Par conséquent, la compétence dominante en service d'hôtellerie et tourisme est l'écrit.

Figure 11: l'échantillon de l'étude selon l'utilisation du français oral



Quant à l'utilisation de la langue orale 62,4% utilisent l'oral pour accueillir les clients, 15,7% pour demander des informations aux clients, 12 % afin de se présenter, 5,3% en vue de passer un coup de fil et répondre aux appels.

Figure 12: l'échantillon de l'étude selon l'utilisation de la lecture en spécialité d'hôtellerie



Pour ces employés l'objectif de la pratique de la lecture en spécialité représente 43,4 % pratiquent la lecture en spécialité de l'hôtellerie pour lire les documents officiels (les passeports, les billets…), 42,2 % pour lire les emails, 7,2 % pour lire les lettres.

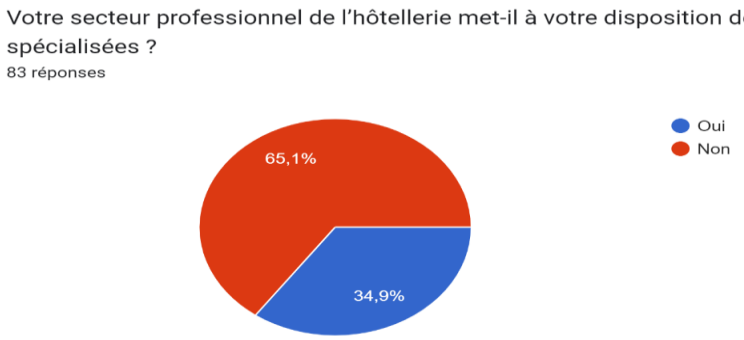
Figure 13: l'échantillon de l'étude selon la nécessité d'un diplôme en langue française



Sur la nécessité d'un diplôme en langue française pour travailler dans un hôtel ou dans une agence touristique 33,7% confirment la nécessité d'un diplôme en langue

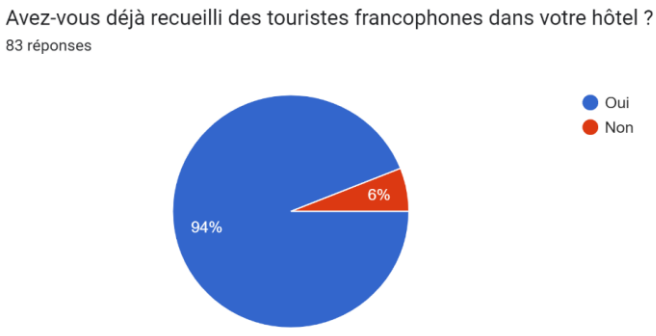
française pour le travail de l'hôtellerie alors que 66,3 % infirme cette nécessité. De là, nous arrivons à dire, que plusieurs des employés ne maitrisent pas la langue française.

Figure 14: l'échantillon de l'étude selon les formations linguistiques spécialisées



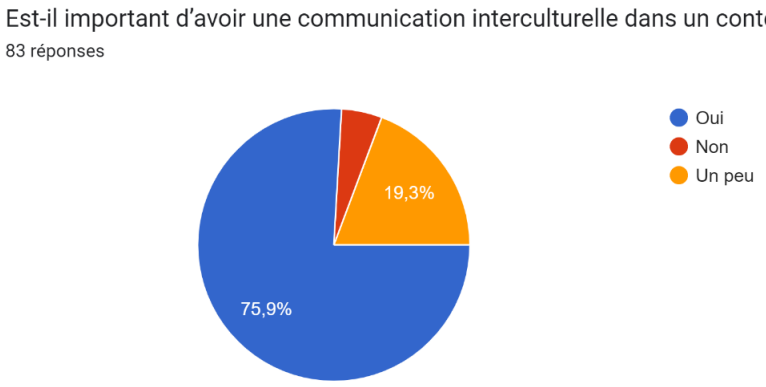
Quant à la question qui concerne la formation linguistique spécialisée. 65,1% déclarent que le secteur professionnel de l'hôtellerie ne met pas à leur disposition ce type de formation, tandis que 34,9% annoncent que oui.

Figure 15: l'échantillon de l'étude selon l'accueil des touristes francophone



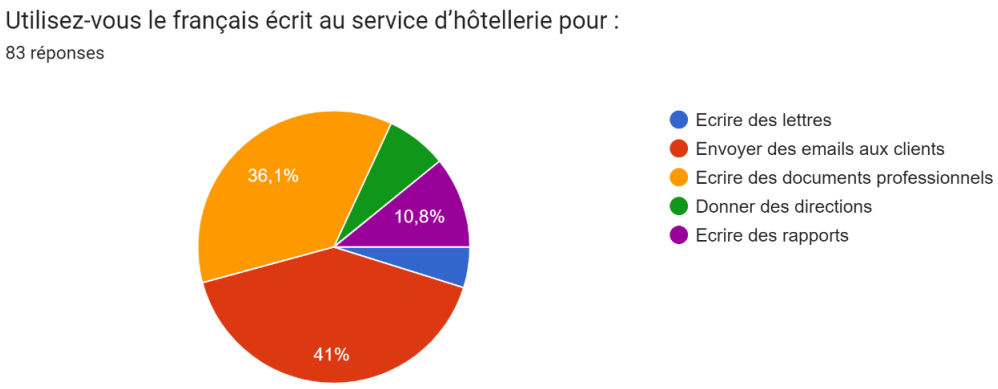
En parlant des touristes francophones 94 % des employés interrogés ont accueilli des touristes francophones au niveau de leur entreprise ce qui confirme la nécessité d'utiliser la langue française dans différentes situations de communication : réception, information, restauration…Alors que ce n'est que 6 % des interrogés n'ont pas encore accueilli des touristes francophones.

Figure 16: l'échantillon de l'étude selon l'importance d'voir une communication interculturelle



75,9% des interrogés optent pour l'importance d'avoir une communication interculturelle dans un contexte de l'hôtellerie 5,3% annoncent que ce n'est pas important et 19,3% affirment que c'est un peu. D'où vient l'importance d'une formation en communication interculturelle et culturelle.

Figure 17: l'échantillon de l'étude selon l'utilisation le français écrit au service d'hôtellerie



Les résultats de la question du français écrit en hôtellerie et tourisme 36,1 % utilisent le français écrit pour rédiger des documents professionnels, 41 % pour envoyer des emails aux clients, 10,8 % pour écrire des rapports, 7,2 % pour donner des directions, 5,3 % pour

écrire des lettres. Donc, les interrogés utilisent la langue écrite surtout pour la rédaction des emails.

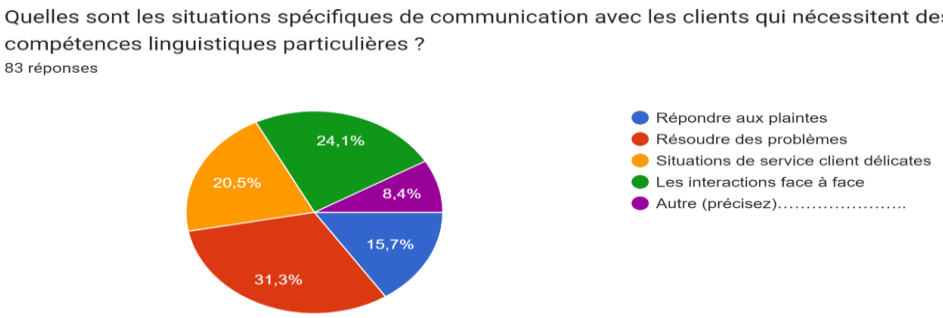
Figure 18: l'échantillon de l'étude selon les défis de la langue écrite avec des clients francophones



86,7 % des interlocuteurs n'ont pas rencontré des défis de la langue écrite avec les clients, 13,3 % seulement ont rencontré des défis.

Les interrogés ont cité quelques exemples de défis rencontrés avec les clients tels que : des malentendus liés à la syntaxe, des erreurs grammaticales ou des nuances culturelles dans les formulations qui font appel à la clarification. Dans les emails professionnels ils sont amenés à utiliser un registre professionnel soutenu et parfois les mots leur échappent, certains réceptionnistes et guides n'arrivent pas à comprendre le registre familier qu'utilise parfois les touristes francophones.

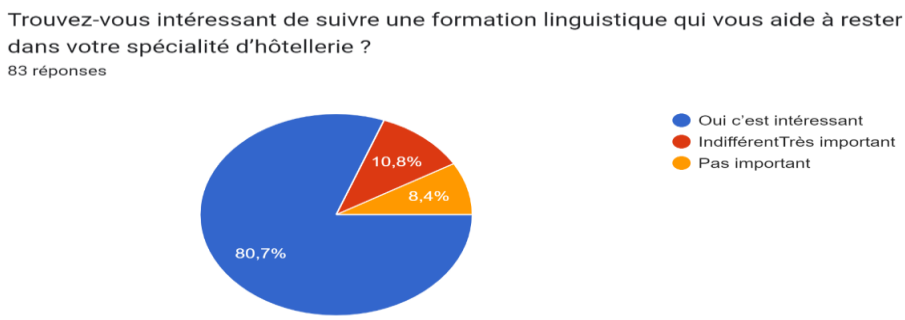
Figure 19: l'échantillon de l'étude selon les situations spécifiques de communication avec les clients



24,1 % des interlocuteurs précisent que les situations spécifiques de communication avec les clients qui nécessitent des compétences linguistiques particulières sont celles des interactions face à face.

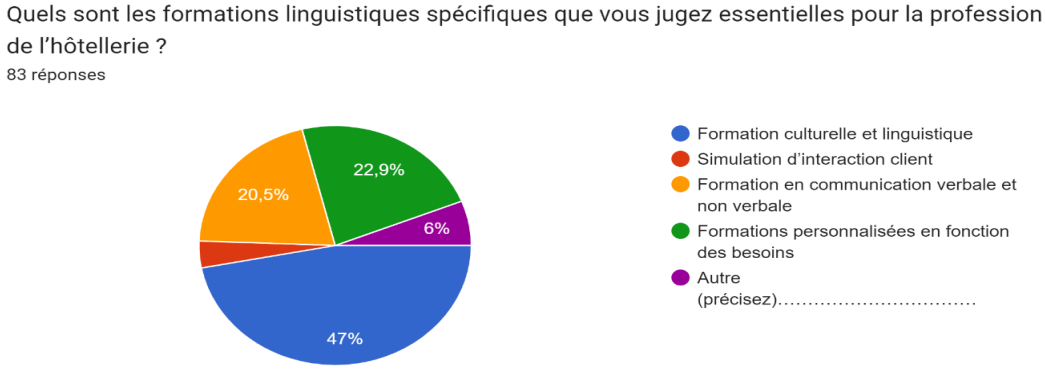
31,3% pour résoudre des problèmes, 20,5% pour des situations de services clients

Figure 20: l'échantillon de l'étude selon les situations spécifiques de communication avec les clients



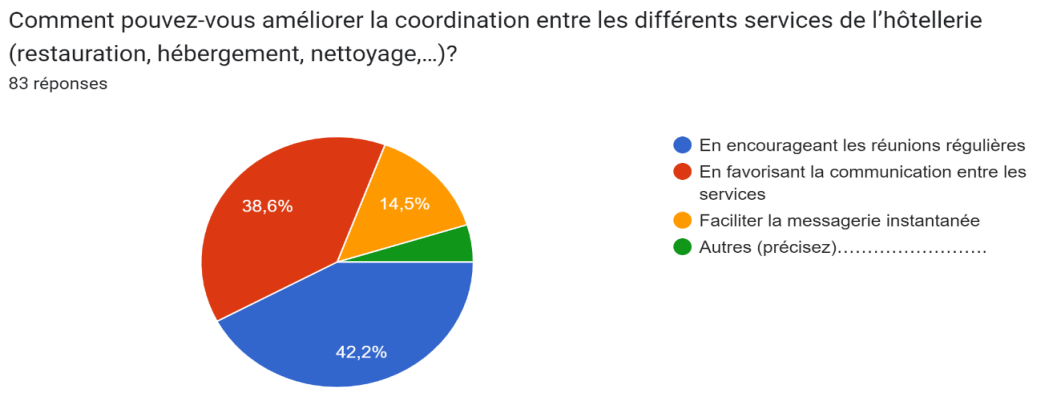
Quant à la question sur l'importance de suivre une formation linguistique 80,7% trouvent intéressant de suivre une formation linguistique qui les aide à rester compétents dans leur spécialité de l'hôtellerie, 10,8 % sont indifférents, 8,4% sont indifférents.

Figure 21: l'échantillon de l'étude selon les formations spécifiques



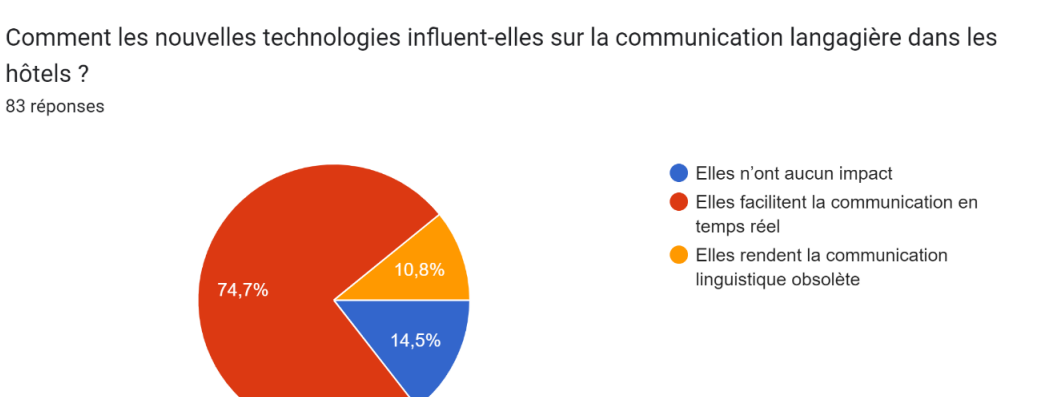
La formation culturelle et linguistique est choisie par 47 % des interlocuteurs, 20,5 % sont pour une formation en communication verbale et non verbale, 5,3% préfèrent simulation en interaction client.

Figure 22: l'échantillon de l'étude selon l'amélioration de la coordination entre les déférents service



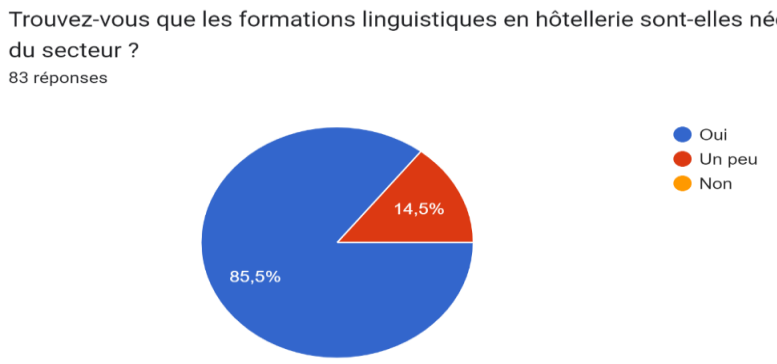
En outre, l'amélioration de la coordination entre les différents services de l'hôtellerie se fait, selon 42,2 % des interrogés, par l'encouragement des réunions régulières, 38,6% favorisent la communication entre les services.

Figure 23: l'échantillon de l'étude selon les nouvelles technologie influent-elle sue la communication langagière



Par ailleurs, l'influence des nouvelles technologies sur la communication langagière dans le domaine de l'hôtellerie 74,7 % affirment qu'elles facilitent la communication en temps réel, 14,5 % estiment qu'elles n'ont aucun impact, 10,8% pensent pour le fait qu'elles rendent la communication linguistique obsolète.

Figure 24: l'échantillon de l'étude selon les formations linguistiques en hôtellerie



La plupart des interrogés 85,5% trouvent que les formations linguistiques en hôtellerie et tourisme sont nécessaires. De cette fin, nous constatons que plusieurs employés manifestent des lacunes qui nécessitent la formation et la remédiation.

2. La terminologie et les expressions récurrentes propres à l'hôtellerie

Nous avons fait une nomenclature de la terminologie de l'hôtellerie et du tourisme recensée au niveau des réponses des interrogés dans une grille qui contient des situations de communication les plus utilisées :

Tableau 10: la terminologie et les expressions récurrentes propres à l'hôtellerie

Salutation et remerciement	Les services offerts	L'hébergement	Restauration	Réservation	Paiement
A votre service, bienvenu Bienvenu dans notre agence Les expressions de l'accueil Savoir Gérer les malentendus N'hésitez pas de demander ce que vous voulez Avec plaisir Nous sommes honorés de vous accueillir à tous moments Bonjour Bonsoir L'hospitalité	Disponibilité Mise en place Que puis-je faire pour vous ? Petit déjeuner inclus Service de nettoyage, cafeteria Parking Pension, complète, demi-pension Agréable séjour Nos chambres contiennent tous les commodités tv climat, douche, chauffage central, connexion wifi Conciergerie, Loisirs : salle de sport, piscine, visites touristiques, les spas, …	-type chambre single, double, groupe Hôtel, auberge Residence, motel Voucher, check in check out Duplex Nombre des nuitées Appartements meublés, les villas, les stations balnéaires	Petit déjeuner inclus Cuisine Plats Menu Cafeteria La fourniture de repas et de boissons. Chef cuisine Plats traditionnels	Arrivée, départ Règlement de la réservation Voyage, billets Voyage national et international Gestion de réservation Billet d'avion Feuil de caisse, planning de réservation Pouvez-vous me donnez vos documents officiels (passeport, carte nationale, permis de conduire Visa Vols Réception Stations touristiques	Recouvrement, facturation La tarification Comptabilité Pension, complète, demi-pension Tarif Le taux d'occupation Budget Achat Espèces, chèque, carte de crédit, taxe de séjour

Source : Elaboré par nous-même.

3. Les aspects les plus importants dans les formations linguistiques en hôtellerie et tourisme selon les interrogés

C'est d'abord, pour être souple et présentable, et avoir la discipline. De surcroît, développer la compétence à interagir de manière efficace avec la clientèle en mettant l'accent sur le langage propre à l'industrie et la satisfaction des clients. De même, c'est afin d'apprendre de nouveaux termes techniques dans le domaine du tourisme et de l'hôtellerie. Communiquer mieux et avoir le maximum de termes d'accueil des clients. En somme, c'est adopter une compétence interculturelle pour avoir la confiance des clients étrangers. Maitriser l'utilisation des mots de spécialité dans des situations de communication appropriées, c'est-à-dire, adéquates.

4. Les retours positifs observés par les interrogés après la mise en place de programme de formation linguistique dans les établissements de l'hôtellerie

Nous avons remarqué qu'il y a plusieurs bénéfices constatés par les interrogé quant au programme de formations, nous citons ci-dessous les plus importants de ces bénéfices :

- ✓ La compréhension efficace et le sérieux dans le travail.
- ✓ Une amélioration notable de la communication avec la clientèle, une meilleure appréhension des besoins spécifiques, et une hausse globale de la satisfaction des clients.
- ✓ Être parfait avec la clientèle étrangère.
- ✓ Une compétence d'attraction des clients dans l'établissement et devenir un professionnel dans notre travail.
- ✓ La bonne compréhension des taches.
- ✓ Une certaine éloquence, confiance en soi lors de la communication avec les clients.
- ✓ Faciliter le feedback avec le client.
- ✓ Avoir connaissance de plusieurs cultures et donc une flexibilité de la communication avec les visiteurs.
- ✓ La satisfaction des clients : commentaires positifs, une fidélité accrue.
- ✓ Savoir gérer les situations difficiles avec légèreté et commodité.
- ✓ Renforcement de la réputation de l'établissement et favoriser une expansion des opportunités.

5. L'adaptation des stratégies de communication pour tenir compte des différences culturelles de la clientèle

Nos interlocuteurs ont donné plusieurs stratégies que nous pouvons les classer en six catégories :

Tableau 11: les stratégies de communication

Communication interculturelle	Utiliser les normes de politesse adaptées à chaque culture. Se familiariser avec les subtilités culturelles influençant les préférences de communication.
Convaincre	Convaincre avec tout professionnalisme avec respect et ouverture d'esprit.
Communication langagière	Verbale et non verbale et éviter le non-dit et le sous-entendu. Utiliser un langage simple et clair.
L'expérience	Utiliser les compétences acquises.
Formation du professionnel	Cela permet à l'équipe de mieux comprendre et respecter les attentes et les préférences culturelles des clients.
Ecoute active et rétroaction	Cela en encourageant les clients à fournir des commentaires et des suggestions sur leur expérience avec l'entreprise. Cela aide les travailleurs à répondre aux besoins spécifiques des clients

Source : Elaboré par nous-mêmes

6. Communication avec les clients

Sur la question de l'efficacité de la communication en termes de satisfaction des clients et les améliorations en fonctions des retours obtenus, les interlocuteurs ont eu plusieurs réponses que nous pouvons les classer en deux catégories : une communication verbale et un autre non verbal.

6.1.La communication verbale

Nous abordons les réponses les plus récurrentes des interrogés dont la compréhension de l'Autre est très importante. De même, les remises et les récompenses, l'enregistrement des avis favorables et défavorables des clients, la satisfaction du client avant son départ et ses compliments sont aussi nécessaire pour assurer l'efficacité de la communication. A travers les retours des clients et les sondages réalisés par l'entreprise, ainsi, un des interrogés précise : « j'apporte des améliorations en ajustant mes méthodes de communication, en me concentrant sur les aspects soulevés par les clients pour assurer une expérience optimale ».

Par ailleurs, c'est aussi, à travers des questionnaires de contrôle de qualité fournies par l'entreprise et le contact constants et surtout direct avec les clients, les employés peuvent facilement observer la satisfaction ou la non satisfaction des clients ce qui influence la réputation de l'hôtel.

Ainsi, les interrogés dans notre questionnaire ont donné plusieurs autres réponses sur ce sujet tels que : Par le fait de ne jamais dire non au client, prendre en considération les commentaires négatifs (par l'intermédiaire du lexique péjoratif), la fidélité des clients, l'enquête, commentaires et avis en ligne... Cela pour une amélioration rapide de la qualité des services dans le but de satisfaire le client.

Ils sont aussi obliger de suivre les plainte et les problèmes, avoir une formation supplémentaire du personnel, collecter des informations, suivre et évaluer, collaborer avec les fournisseurs externes, communication proactive, collaboration avec des traducteurs ou des interprètes, documentation et traduction.

6.2. Une communication non verbale

C'est par le fait de constater la réaction des clients, c'est-à-dire, le langage non verbal, un feed-back direct, un sourire et une bonne communication. Une connaissance de la culture du client peut aussi rendre cette communication plus fluide par l'utilisation du gestuel, de la mimique, des expressions du corps…l'interaction avec les clients révèle leur satisfaction.

7. Gestion des plaintes

Nous avons collecté plusieurs réponses fournies par les participants au questionnaire et par la suite, nous avons pu les classer dans le tableau ci-dessous, en se basant sur la redondance des réponses.

Tableau 12: classement des plaintes

Documents écrits	✓ Les formulaires disponibles. ✓ En encourageant les retours écrits. ✓ Verbal au niveau de l'accueil. ✓ Un registre dans la réception spécial à cela ✓ Via les questionnaires de satisfaction. ✓ Registre de réclamation. ✓ Registre de doléance ✓ Formulaire de plainte multilingue.
Oralement	✓ Par la négociation. ✓ Des interactions directes avec du personnel multilingue. ✓ Le client déclare le problème et les employés essayent de le résoudre immédiatement. ✓ Contact face à face ✓ Téléphoniques
La technologie	✓ Les commentaires des avis sur les réseaux sociaux. ✓ Utilisation de divers canaux de communication : les e-mails. ✓ Commentaires et avis en ligne.
Personnel	✓ Le manager qui s'occupe des plaintes. ✓ Contacter le gérant. ✓ Service client multilingue. ✓ Améliorer les capacités des employés. ✓ Les réunions.

Source : Elaboré par nous-mêmes.

Par conséquent, les employés des hôtels et des agences touristiques utilisent surtout la langue écrite et orale pour gérer les plaintes des clients et cela selon la nature même du problème.

Il est important pour les établissements de prendre en compte les besoins linguistiques de leurs clients afin de garantir une communication claire et efficace au niveau des plaintes. Fournir aussi l'analyse régulière des données collectées pour identifier les problèmes récurrents et mettre en place des mesures correctives.

8. Pour une communication proactive avec les clients après une plainte

Par la suite, certains de nos participants n'ont jamais rencontré des cas de plaintes comme le témoigne un des employés : « Je n'ai pas d'expérience je travaille dans un bureau ». D'autres ne savent pas quoi faire dans ce cas : « Je ne sais pas ».

Cependant, la plupart des interrogés ont été d'accord sur le fait de s'excuser et de répondre rapidement. Ce qui nécessite la maitrise des expressions des excuses sincères en restant très courtois et diplomate. Ex : nous sommes vraiment désolés, on va sauver le problème le plutôt possible…De surcroît, assurer une communication respectueuse, active et calme en les attirant par des mots et des expressions doux, rétablir la confiance et encourager le client à revenir. Donc, l'employé doit savoir poser des questions : avec un ton positif et confiant, avec politesse sagesse et un sens de l'écoute.

En outre, la proposition des prestations gratuites (Offre des services gratuits), les réponses rapides, les solutions avec des récompenses, garantir la résolution entrainent la confiance du client. Enfin, il faut prendre des mesures pour éviter les récidives.

9. Indicateurs clés de performance de l'efficacité de la gestion des plaintes

Suite à une question qu'on a posée aux interrogés quant aux indicateurs clés de performance de la gestion des plaines, nous trouvons qu'il existe plusieurs indicateurs dans (les hôtels, les agences touristiques…), parmi lesquels nous citons ce qu'a évoqué les interlocuteurs :

- ✓ Les séjours répétés
- ✓ Les retours positifs
- ✓ Le nombre des plaintes, leur nature, la vitesse à laquelle le problème était réglé
- ✓ Les notes et les commentaires laissés sur extranet
- ✓ Réaction de la direction
- ✓ Réaction positive des clients
- ✓ Nombre des plaintes récurrentes
- ✓ Assurer de ne pas se reproduire
- ✓ Quantité de réclamation
- ✓ La fidélité des clients

- ✓ Indicateurs clés de performance KPI
- ✓ Taux de résolution des plaintes
- ✓ Délai de résolution des plaintes
- ✓ Taux de satisfaction client après la résolution
- ✓ Taux de récidive des plaintes
- ✓ Evaluation et commentaires en ligne

10. Collaboration interne

Les travailleurs en hôtellerie et tourisme valorisent la communication et l'esprit de l'équipe au niveau de leur entreprise. Et pour avoir de bonnes relations, ils s'engagent à respecter le travail, à organiser des réunions régulières pour partager les bonnes pratiques et la bonne coordination, avoir le sérieux le respect mutuel, l'orientation, la supervision et la répartition des rôles. En effet, c'est la collaboration au sein des équipes grâce à une meilleure communication, qui suggère des solutions interpersonnelles et technologique. Le partage des connaissances et des compétences fournie une communication ouverte et transparente en vue d'avoir un aspect concurrentiel menant à la bonne gestion des conflits et au rendement dans le travail.

A ces bonnes qualités, s'ajoutent, selon les participants à ce questionnaire, les formations internes et externes car il y a trop de problèmes à cause de l'absence de formation des travailleurs surtout d'un point de vue linguistique et culturel afin de développer ce secteur. Et c'est ce qui nous intéresse en tant que modeste chercheur dans notre travail, c'est la nécessité de la formation linguistique au sein de ce domaine de l'hôtellerie et du tourisme.

11. Influence de la technologie pour améliorer le vocabulaire professionnel

Sur la question de l'influence de la technologie pour l'amélioration du vocabulaire professionnel, les interrogés ont donné plusieurs réponses qui se varient entre la non importance et la nécessité. Pour analyser ce point nous optons pour une grille de deux colonnes : une rubrique pour les supports utilisés et une rubrique pour les techniques :

Tableau 13: classement des plaintes

Les supports didactiques	Les techniques (compétences)
✓ Des manuels spécialisés. ✓ Des cours en ligne de l'hôtellerie en français. ✓ Lire des livres propres au domaine de spécialité en ligne. ✓ Assister à des cours en ligne. ✓ Travailler par des logiciels. ✓ Les outils de traduction. ✓ Les cartes de vocabulaire de spécialité. ✓ Plateformes en ligne. ✓ Réseaux sociaux pour poursuivre les commentaires. ✓ Livres et manuels spécialisés. ✓ Cours en ligne. ✓ Application mobile. ✓ Télécharger des applications éducatives. ✓ La lecture (numérique) est le meilleur moyen pour améliorer le vocabulaire. ✓ Ressources audiovisuelles. ✓ Livres et manuels spécialisés. ✓ Flashcards : avec des mots et des expressions clés liés à l'hôtellerie. ✓ Podcasts et vidéos : écouter des podcasts ou regarder des vidéos sur des sujets liés à l'hôtellerie en français.	✓ Lire en français (la compétence de lecture et compréhension) ✓ Des formations accélérées via net. ✓ Pratiquer et améliorer les compétences linguistiques. ✓ Formation de base. ✓ Enrichir le vocabulaire surtout celui de la spécialité ✓ Jeux de rôle et simulations : organiser des jeux de rôle et des simulations pour pratiquer l'utilisation du vocabulaire professionnel dans des situations réelles authentiques. (Compétence orale et conversationnelle) ✓ Echanges linguistiques (compétence conversationnelle et actionnelle) ✓ Conversation avec les natifs pour améliorer la compétence linguistique.

Source : Elaboré par nous-mêmes.

12. Comment l'hôtel utilise-t-il les plateformes

Les hôtels et les agences touristiques utilisent les plateformes en répondant aux questions des clients, en participant à des formations en ligne, en publiant sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram). De plus, les plateformes peuvent se servir pour fournir un support client instantané, utiliser les boites de communication et le marketing hôtelier, organiser des évènements culinaires…, pour afficher les annonces et les publicités.

Par ailleurs, les participants annoncent que la diffusion d'informations, réponses aux questions et aux commentaires, gestion de réservation, partage d'expériences, … se font par les plateformes.

Les autres fonctionnalités des plateformes nous les citons résumées en notes :

- ✓ Citer les offres et des promotions.
- ✓ Diffuser des informations, partager des conseils de voyage et promouvoir des offres.
- ✓ L'interaction avec la clientèle mondiale en répondant aux questions, en fournissant des recommandations personnalisées, et en présentant des témoignages de clients.
- ✓ Création de profils sur les plateformes de médias sociaux.
- ✓ Publication de contenu attrayant.
- ✓ Réponse aux commentaires et messages.
- ✓ Promotion de l'évaluation s et des commentaires.
- ✓ Utilisation des influenceurs et du partenariat.
- ✓ Utilisation de publicités ciblées.
- ✓ Suivi des statistiques et de l'engagement.
- ✓ Sponsorisation.
- ✓ L'image de l'entreprise.

En somme, nous arrivons à dire que pour utiliser les plateformes, les employés de l'industrie de l'hôtellerie et le tourisme ont besoin des compétences linguistiques voire même, la connaissance de certaines normes et techniques de la langue écrite et orale.

13. Suggestions finales

A la fin de notre questionnaire, nous avons laissé aux participants une partie des suggestions. Par la suite, la plupart des interrogés suggèrent la nécessité de la formation linguistique et son indispensabilité : sur le lexique de spécialité, les dialogues authentiques, la communication, la pratique réelle de la langue…

En outre, la mise en œuvre d'une approche interculturelle, actionnelle et conversationnelle améliore le tourisme et favorise le taux de l'intercompréhension et de la communication efficace entre les personnels et les clients.

De plus, L'enseignement des langues étrangères est primordial dans le développement de ce domaine en encourageant la formation continue du personnel en poste surtout d'un point de vue sociolinguistique et culturel.

Enfin, être hôtelier c'est connaitre l'universalité touristique, culturelle, sportive, politique et culinaire. Il faut donner plus d'importance à l'hôtellerie et au tourisme car c'est un investissement durable et essentiel.

14. Conclusion

En guise de conclusion, et à la fin de cette analyse du questionnaire, nous avons pu repérer plusieurs besoins linguistiques spécifiques des employés dans l'industrie de l'hôtellerie et du tourisme. D'ailleurs les lacunes et les centres d'intérêt des travailleurs nécessitent une formation en FOS. Ainsi, ce sont ces besoins qui nous facilitent l'élaboration didactique à la fin de notre travail. Ces besoins appartiennent à la communication orale aussi bien que verbale, à la conjugaison, à la syntaxe, au vocabulaire …ce qui nous permet d'élaborer un programme langagier bien adapté.

Section 03 : Analyse et interprétation de l'entretien

1. L'entretien

1.1.Définition

Dans l'ensemble, l'entretien fait référence à un dialogue entre deux personnes ou un groupe de personnes, qu'il s'agisse d'amis, de membres de la famille ou autres. Sur le plan scientifique, le terme "entretien" implique la réalisation d'une entrevue avec les personnes concernées par la recherche, où le chercheur cherche à obtenir le maximum d'informations de la part des participants à l'entretien afin d'accomplir son travail de recherche de manière optimale.

Selon Quivy et Van Campenhoudt (2011), l'entretien permet d'analyser l'importance que les individus accordent à leurs expériences et aux événements auxquels ils sont confrontés.

1.2.Types d'Entretiens

Les entretiens se déclinent en trois principaux types, selon les besoins et la nature de la recherche.

1.2.1. Entretien Non-directif

Dans ce type d'entretien, le chercheur introduit le sujet de la discussion sans poser de questions directes, ce qui laisse suffisamment d'espace pour que l'interviewé réfléchisse et organise sa parole avant d'engager la conversation. Le chercheur, quant à lui, écoute l'interviewé et essaie autant que possible de comprendre les informations qu'il lui fournit.

1.2.2. Entretien Directif

Ici, le chercheur présente une série de questions précises à tous les interlocuteurs afin que les réponses et les données soient comparables, et les questions sont prédéfinies.

1.2.3. Entretien Semi-directif

Ce type d'entretien offre un certain équilibre entre la liberté d'expression et la direction, assurant ainsi la réalisation des objectifs de recherche. Le chercheur accorde aux participants la liberté d'exprimer leur opinion, à condition qu'elle serve le but de sa recherche, en les orientant vers l'objectif de la recherche.

2. L’analyse

Après avoir mené des entretiens pratiques et en ligne avec divers employés du secteur de l'hôtellerie et du tourisme en Algérie, dans le but de fournir une analyse détaillée des besoins linguistiques spécifiques à ce domaine professionnel en Algérie, ainsi que de mettre en lumière les compétences clés requises pour les employés, nous avons recueilli les réponses suivantes :

Nous avons interviewé 30 employés dans les domaines de l'hôtellerie et du tourisme. Vingt cinq des entretiens ont été réalisés à distance grâce aux réseaux sociaux, et cinq entretiens ont été effectués sur le terrain.

Les réponses étaient totalement différentes car nous avons mené cet entretien avec des employés qui occupent diverses professions et qui travaillent dans deux domaines variés. Dans le secteur de l'hôtellerie, nous avons interviewé des réceptionnistes, des maîtres d'hôtel, des chefs de rang, des employés en restauration et des serveurs. Pour le secteur du tourisme, nous avons interrogé des guides touristiques, des agences de voyage (gestionnaires d'agences, chefs commerciaux, etc.).

Cet entretien contient 41 questions, divisé en huit sections thématiques couvrant les aspects professionnels, linguistiques, culturels et technologiques, à savoir :

2.1.Le Côté professionnel

Cette section contient les questions suivantes :

- ✓ Présentez-vous et parlez-moi de votre parcours professionnel dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme.
- ✓ Présentez-vous et parlez-moi de votre parcours professionnel dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme.
- ✓ Quelle est votre fonction et votre responsabilité à l'hôtel/entreprise touristique ?
- ✓ En quoi votre rôle contribue-t-il à l'expérience globale du client ?
- ✓ Quels sont les défis majeurs auxquels vous êtes confronté dans votre travail ?
- ✓ Quelles sont les différentes professions qui existent à l'hôtel/entreprise touristique ?
- ✓ Quels services votre établissement offre-t-il à ses clients ?

2.2.Tâches linguistiques quotidiennes

Cette section comprend les questions suivantes :

- ✓ Quelles sont les tâches linguistiques quotidiennes présentes dans votre établissement ?
- ✓ Pourriez-vous nous décrire les expressions et les situations de communication les plus utilisées et récurrentes dans votre établissement tout au long de la journée ?
- ✓ Quels types de communications écrites sont fréquents dans votre hôtel/entreprise touristique ?
- ✓ Comment utilisez-vous la communication écrite et sous quelle forme dans votre hôte/entreprise touristique ?
- ✓ Utilisez-vous le français avec les locaux ?
- ✓ Recevez-vous des clientèles internationales ? Ou travaillez-vous uniquement avec des locaux ?

2.3.Compétences linguistiques essentielles

Cette section comprend les questions suivantes :

- ✓ Comment évaluez-vous vos compétences linguistiques (faibles, moyennes, bonnes) ?
- ✓ Quels sont les termes ou expressions spécifiques au secteur de l'hôtellerie et du tourisme que vous utilisez fréquemment ?
- ✓ Quelles compétences indispensables avez-vous le plus besoin pour interagir avec les clients ?
- ✓ Quelles sont les solutions qui pourraient vous aider à développer vos compétences linguistiques dans le milieu de travail ?
- ✓ Proposez-vous des moyens qui pourraient vous aider à développer votre niveau en français et vos compétences linguistiques dans votre environnement professionnel ?

2.4.Situations critiques

Cette section comprend les questions suivantes :

- ✓ Avez-vous déjà été impliqué dans des situations critiques où la communication linguistique était essentielle pour résoudre un problème ?
- ✓ Comment gérez-vous les situations où des difficultés linguistiques ou un manque de maîtrise du français se présentent, et quelles stratégies utilisez-vous pour gérer ces moments de communication délicats avec les clients ou les collègues ?
- ✓ Dans quelles situations vous sentez-vous incapable d'interagir avec les clients ou les collègues ?
- ✓ Avez-vous déjà été critiqué à cause de vos lacunes linguistiques ?
- ✓ Quels sont les défis spécifiques auxquels vous êtes confronté lors de la communication avec des clientèles internationales ?

2.5.Besoins de formation linguistique

Cette section comprend les questions suivantes :

- ✓ Avez-vous besoin d'une formation linguistique dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme ?
- ✓ Quels types de formation seraient bénéfiques pour vous ?
- ✓ Quelles sont vos lacunes linguistiques et langagières ?
- ✓ Quels sont vos besoins linguistiques que vous aimeriez voir pris en considération dans notre programme de formation linguistique ?
- ✓ À quels besoins linguistiques individuels espérez-vous répondre grâce à nos programmes de formation ?

2.6.Compétence culturelle

Cette section comprend les questions suivantes :

- ✓ Pouvez-vous décrire et illustrer par des exemples concrets des situations où la compréhension culturelle ainsi que la maîtrise de compétences linguistiques et culturelles spécifiques ont été essentielles pour offrir un service exceptionnel ?
- ✓ Comment voyez-vous l'importance de l'interaction culturelle et de l'échange de connaissances avec des collègues issus de divers horizons culturels ?
- ✓ Avez-vous besoin de données culturelles sur les pays de votre clientèle ?
- ✓ Avez-vous des relations et des échanges interculturels avec des établissements de l'hôtellerie et du tourisme de différentes cultures ?
- ✓ Quels sont vos lacunes liées à l'aspect culturel ?

2.7.L'aspect technologique

Cette section comprend les questions suivantes :

- ✓ Pensez-vous que l'aspect technologique revêt une importance primordiale dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme, notamment à l'ère de la technologie et du développement ?
- ✓ Pensez-vous que la technologie puisse être au service de l'enseignement-apprentissage de français de spécialités (FOS) ?
- ✓ Utilisez-vous des applications ou des outils technologiques pour faciliter la communication en français ?

- ✓ Quels sont les moyens technologiques que vous utilisez fréquemment et qui vous ont aidé à renforcer votre français ?
- ✓ Comment utilisez-vous les outils numériques pour développer et faciliter votre communication avec les clients et les autres employés ?

2.8.Suggestions et commentaires

Cette section comprend les questions suivantes :

- ✓ Avez-vous des commentaires ou des suggestions sur notre travail de recherche?
- ✓ Que suggérez-vous comme contenu pour améliorer votre langue française ?
- ✓ Proposez-vous des moyens qui pourraient vous aider à développer votre niveau en français et vos compétences linguistiques dans l'environnement de votre travail ?
- ✓ Quels sont vos points de vue et perspectives concernant notre recherche ainsi que l'industrie actuelle et future de l'hôtellerie et du tourisme en Algérie ?

2.9.Remerciements

On vous remercie d'avoir accepté de répondre à nos questions et d'être collaboratifs avec nous.

3. L’analyse des réponses

3.1.Pour la première section (côté professionnel)

Les réponses des employés présentent des variations, ce qui s'explique évidemment par les différences dans les environnements de travail et en fonction de leurs parcours professionnels, et cela est dû au fait qu'ils ont travaillé dans deux secteurs différents et occupent des postes variés, Les différences observées s'expliquent donc par les divers environnements de travail rencontrés et les responsabilités propres à chaque fonction.

La formulation des réponses est la suivante :

"Je m'appelle [prénom], je suis [profession] depuis [année] dans le domaine de [domaine]. J'ai [nombre] ans d'expérience dans le complexe touristique/hôtel/agence.

Ma fonction est celui de [fonction], et ma responsabilité est d'accueillir les clients, etc. Mon rôle est de rendre le client satisfait en lui offrant tout ce qu'il désire pour qu'il se sente confortable, etc.

Les différentes professions qui existent dans notre établissement sont les suivantes: Pour l'hôtellerie, nous avons : gérant d'hôtel, réceptionnistes, chef cuisinier, chef de rang, serveur, femme de ménage, etc. Pour ceux qui travaillent dans le tourisme, nous avons : gérant d'agence, Agent de voyage, agent de billetterie, agent de réservation, conseiller en voyage, guide touristique (indépendant ou appartenant à une agence), etc.

En ce qui concerne les services, ils ont mentionné les services disponibles dans chaque établissement : restauration, hébergement, petit-déjeuner, service billetterie, réservation d'hôtel, voyages organisés, Réservation de vols, réservation d'hôtels, d'auberges, maisons de vacances, ..., etc.

Et pour les écoles de formation et les établissements touristiques, chacun a ses professions et ces services mais généralement on trouve comme professions un Directeur /directrice d'école du tourisme ou hôtellerie, un enseignant en tourisme et hôtellerie, un formateur (trice) en service client, chef de cuisine, gestionnaire d'évènements, gestionnaire d'hôtel, spécialiste en marketing touristique, guide touristique, spécialiste en informatique.

Pour les services on trouve des formations théoriques et pratiques, stages en entreprise, accompagnement à l'emploi, ressources pédagogiques, service de placement, programme de formation continue et un service de conseil. Les défis majeurs en français ce sont la pression de travail, les clients exigeants.

3.2.Pour la deuxième section (tâches linguistiques quotidiennes)

Selon leurs réponses les tâches linguistiques quotidiennes existants pour les deux domaines sont : la communication avec les clients et les collègues, la rédaction des documents officiels, emailes ...etc, les expressions et les situations de communication sont classées dans le tableau ci-dessous :

Tableau 14: les expressions et les situations de communication

A l'hôtel	En agence touristique
Réservation, documents officiels, menu, chambres single, double, duré de l'hébergement...etc. Bonjour c'est l'hôtel ... A votre service, Notre hôtel se situe..., Nous avons comme services ... Les chambres disponibles sont ... Donnez-moi vos informations	Pour une agence : Réservation d'hôtel, Billet d'avion, Voucher, Voyage organisé...etc.

Source : Elaboré par nous-mêmes.

Le type de communication fréquent c'est l'oral et l'écrit. L'oral est utilisé pour accueillir des clients et communiquer. L'écrit pour la rédaction des documents propres à chaque secteur. La langue française est utilisée avec tous les clients qui parlent le français soit locaux ou étrangers mais généralement ils parlent en arabe car c'est rare de parler avec des clients natifs.

3.3.Pour la troisième section (compétences linguistiques essentielles)

Les compétences linguistiques essentielles sont : La communication avec les clients, savoir les convaincre et les rendre satisfaits car c'est l'élément le plus important.

Elles sont proposées comme des moyens et des solutions pour améliorer leur niveau en français de faire des formations en français en ligne et de pratiquer la langue dans des situations de communications réels.

3.4.Pour la quatrième section (situations critiques)

La majorité des employés 80% ont mentionné qu'ils sont confrontés à des situations critiques, notamment lorsqu'ils interagissent avec des clients qui ne parlent ni français, ni arabe, ni anglais. Dans ces cas-là, ils sont obligés d'utiliser le langage non verbal (gestes, mimiques, etc.).

3.5.Pour la cinquième section (besoins de formation linguistique)

Les employés ont souligné l'importance de suivre des formations linguistiques dans leur domaine, car cela les aidera considérablement dans leur parcours professionnel. Ils ont

exprimé le besoin de formations pour améliorer leur niveau en français et acquérir les compétences nécessaires dans leur domaine.

3.6.Pour la sixième section (compétence culturelle)

Les employés ont reconnu qu'il est parfois nécessaire de comprendre la culture du client pour faciliter la communication et offrir un service exceptionnel. Ils ont également identifié des lacunes liées à l'aspect culturel, notamment un manque de connaissance des autres cultures, de leurs traditions et des normes culturelles des clients, ainsi qu'une compréhension limitée des différences culturelles et de leur impact sur la communication et le service à la clientèle.

3.7.Pour la section sur l'aspect technologique

100%des employés interviewés ont souligné le rôle majeur de la technologie dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme, notamment en utilisant des outils numériques tels qu'Amadeus, des logiciels, Google Maps, Google Traduction, etc.

Enfin, en ce qui concerne les suggestions et les commentaires :

Les employés ont noté que le secteur de l'hôtellerie et du tourisme est l'un des meilleurs secteurs en Algérie, nécessitant une maîtrise des langues pour communiquer avec une clientèle internationale et faciliter la compréhension et l'échange professionnel et culturel. Ils ont également proposé la création de cours courts en ligne et de vidéos sur le vocabulaire spécialisé et le domaine.

4. Conclusion

En conclusion, l'analyse des entretiens menés avec les employés du secteur de l'hôtellerie et du tourisme en Algérie met en lumière l’utilisation de la langue française chez les employés et les problèmes de langue et les besoins linguistiques spécifiques rencontrés chez eux.

A travers les réponses nous avons constaté la diversité des profils professionnels et des services offerts dans ces domaines. Les variations dans les réponses témoignent des différences notables dans les environnements de travail et des multiples postes occupés par les employés.

Les besoins linguistiques et les compétences requises pour interagir avec la clientèle sont variés, allant de la communication orale et écrite à la gestion des situations critiques et à la sensibilité culturelle. Les défis majeurs identifiés incluent la pression de travail, les exigences des clients et les lacunes linguistiques et culturelles.

Pour répondre à ces défis, il est crucial de mettre en place des programmes de formation linguistique et culturelle adaptés, ainsi que de promouvoir la sensibilisation et l'échange interculturel au sein des établissements. De plus, l'intégration de technologies innovantes peut jouer un rôle clé dans le renforcement des compétences linguistiques et la facilitation de la communication avec les clients et les collègues.

Enfin, les suggestions des employés, notamment en matière de formation linguistique et de développement professionnel, fournissent des pistes précieuses pour améliorer la qualité des services offerts dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme en Algérie, tout en anticipant les défis futurs et en restant compétitifs sur le marché mondial.

En résumé, D'après les réponses de l'entretien, les problèmes linguistiques se situent au niveau de l'oral et de l'écrit. Selon lui, certains employés rencontrent des difficultés à lire, écrire, parler et même comprendre des discours lorsqu'ils parlent avec des francophones. En ce qui concerne la formation et les besoins, sont est suggérer de se concentrer principalement sur la pratique de la langue, le vocabulaire spécialisé et les termes techniques, ainsi que de proposer des cours et des vidéos courtes propres au secteur de l'hôtellerie et du tourisme.

Section 04 : Analyse des données recueillies

1. Définition du document authentique

Les documents authentiques sont des documents originaux non falsifiés, qui n'ont subi aucun changement dans leur contenu et qui ne sont jamais conçus à des fins éducatives. Ces documents peuvent être un extrait d'un livre ou d'un journal ou peu importe.

1.1.L'approche quantitative

C'est une méthode de recherche qui repose sur la collecte et l'analyse de données numériques et mesurables. Son objectif est de mesurer les phénomènes étudiés et d'établir

des relations causales entre les variables. Elle repose souvent sur des enquêtes, des questionnaires, des analyses statistiques et des expériences contrôlées.

1.2.L'approche qualitative

C'est une méthode de recherche qui permet de comprendre et d'analyser en profondeur les phénomènes, les sujets et les comportements. Elle se concentre sur une compréhension approfondie des phénomènes étudiés à travers une description précise, une analyse contextuelle et une observation. Son objectif est de fournir des données de qualité en profondeur ainsi que de découvrir les significations, les expériences et les perceptions des individus. Elle utilise souvent des entretiens semi-structurés, l'analyse de contenu, des études de cas, etc

1.3.L’écrit

L'écrit désigne la transformation de la parole et de la pensée à travers des signes graphiques et conventionnels dans le but de transmettre un message ou de fournir des informations.

Selon Jean-Pierre Cuq, « l'écrit est une manifestation particulière du langage, caractérisée par une trace graphique sur un support. »

Pour Christine Barré De Miniac, l'écriture est considérée comme « une activité qui mobilise et révèle l'individu dans sa dimension affective et singulière. En d'autres termes, l'écriture est un système de représentation graphique qui produit du langage et délivre du sens au moyen de signes inscrits sur un support. C'est créer une communication au moyen d'un texte dans une langue donnée. »

Et D'après Deschênes :

> Écrire un texte consiste à tracer des lettres, des mots, des phrases, mais aussi et surtout à élaborer un message visant à transmettre la pensée de l'auteur et à informer correctement le destinataire. Écrire implique donc nécessairement tout un travail cognitif d'élaboration et de structuration de l'information qui résulte entre la situation d'interlocution et le scripteur.

Et Selon le dictionnaire de Larousse l’écrit se définit comme ceci : Nom masculin, chose écrite, document écrit, œuvre, ouvrage écrit.

1.4.L’oral

L'oral est un objet d'enseignement-apprentissage qui permet aux apprenants de s'exprimer librement dans différents contextes.

Selon Lizanne Lafontaine :

> L’enseignement de l'oral a toujours été une préoccupation pédagogique et linguistique majeure pour les enseignants de français langue maternelle au secondaire. En effet, ces derniers ressentent un grand inconfort face à l'oral et à son enseignement. De nombreux chercheurs à travers la francophonie ont étudié ce phénomène. De nombreux collègues dans nos écoles expriment ouvertement ce malaise, tandis que d'autres se limitent à des activités orales sécurisantes, rarement liées aux pratiques de lecture et d'écriture. C'est notamment le cas des exposés oraux informatifs, expressifs ou argumentatifs, des activités évaluées deux fois par an.

Le lexique et le vocabulaire : Le mot "lexique" fait référence à la langue et désigne l'ensemble des mots d'une langue.

En revanche, le vocabulaire désigne l'usage pratique des mots ou du lexique dans le discours.

Dans leur Dictionnaire de didactique des langues, Galisson et Coste (1976) proposent une définition qui permet de distinguer l’emploi de ces mots : pour eux, le lexique est « l’ensemble indéterminé des éléments signifiants d’une langue, constitué d’unités virtuelles, les lexèmes »

2. Glossaire et terminologie

Le glossaire est une liste de termes spécifiques dans un domaine donné, accompagnée de leurs significations, permettant des explications détaillées et riches sur des termes spécifiques et La terminologie désigne l'ensemble des termes spécifiques rigoureusement définis qui renvoient à une science ou à un domaine bien particulier. Les termes désignent principalement un ensemble de termes spécialisés liés au même domaine d'activité, avec leurs propres vocabulaires : termes médicaux, informatiques, sportifs, maritimes, etc. Le terme "terminologie" fait également référence au processus de détermination, d'analyse et, le cas échéant, de création de termes pour une technique

spécifique, dans un contexte opérationnel concret, afin de répondre aux besoins d'expression des utilisateurs.

Le Dictionnaire de lexicologie est d'une grande clarté et simplicité. Il donne la définition suivante de la terminologie : « a) Ensemble des termes appartenant à un domaine de spécialité. Ex. : La terminologie de l'économie, de la linguistique, etc. On peut dire également "le lexique de l'économie, de la linguistique", etc.

3. L'analyse

Dans l'ambition de la réalisation d'un programme de formation FOS, axé sur les besoins langagiers des employés du secteur de l'hôtellerie et du tourisme, il était nécessaire de recueillir des documents authentiques propres au domaine de l'hôtellerie et du tourisme, qu'ils soient oraux ou écrits. L'objectif était d'identifier les situations de communication et de comprendre le langage utilisé dans ce secteur, ainsi que de construire un glossaire des termes spécifiques à l'hôtellerie et au tourisme

Nous avons d'abord visité quelques hôtels, notamment l'hôtel Sameur, l'hôtel Msallah et les dortoirs existant à Médéa, et l'hôtel Ville des Roses, El Zaïm et d'autres à Blida, ainsi que des agences de voyages à Médéa telles que l'agence El Najah, El Falak, Doyouf El Rahman, Sierra, Dounya Safar,Injaz,apostrophe, et d'autres .

Nous avons obtenu auprès d'eux les documents authentiques qu'ils utilisent et qui sont rédigés en français. Nous avons collecté près de 50 documents de divers types.

En ce qui concerne les hôtels, nous avons collecté divers documents textuels, notamment les fiches de réservation, les emails rédigés en français, les cartes de visite, les factures, les menus de restaurant et les plans de l'hôtel.

De plus, nous avons également rassemblé des documents audio et audiovisuels, tels que des enregistrements des dialogues entre les réceptionnistes et les clients, des vidéos publicitaires présentant les hôtels et des vidéos montrant les employés dans leur environnement de travail .

Quant aux agences de tourisme, nous avons recueilli des documents écrits tels que des cartes de visite, des billets d'avion, des fiches détaillées sur les voyages organisés (incluant les vols), des tickets électroniques, ainsi que des annonces rédigées en français.

Et nous avon également collecter des documents liées aux guides touristique tel que (les programmes de voyage ,les cartes routières)

Pour les documents oraux, nous avons principalement obtenu des enregistrements audiovisuels mettant en scène des guides algériens francophones interagissant en français avec des touristes francophones, ainsi que des vidéos présentant les annonces de voyages.

4. Définition de chaque document issu du secteur de l'hôtellerie et du tourisme

4.1.Les hôtels

Concernant les hôtels les documents sont:

- **Les Fiches de réservation :** ce sont des documents qui permettent de saisir les détails des réservations des clients, y compris les dates de séjour, le type de chambre, les préférences spécifiques, et facilitent ainsi la gestion des réservations de l'hôtel.
- **Emails écrits en langue française :** Ils sont utilisés pour la correspondance avec les clients, notamment pour confirmer les réservations, répondre à leurs questions et demandes, et leur fournir des informations utiles avant leur arrivée à l'hôtel.
- **Les Cartes de visite :** Elles servent de support de contact pour le personnel de l'hôtel, permettant aux clients de les contacter facilement en cas de besoin, renforçant ainsi la relation clientèle.
- **Les factures :** Ces documents détaillent les dépenses des clients, y compris les frais de séjour, les services supplémentaires utilisés, et sont essentiels pour la facturation et la comptabilité de l'hôtel.
- **Menus de restaurant :** Ils présentent les plats et boissons disponibles dans les restaurants de l'hôtel avec leur prix, ils fournissent aux clients des informations sur les options de restauration et contribuent à leur expérience culinaire.
- **Le Plan de l'hôtel :** Ces documents cartographient les différentes installations de l'hôtel, telles que les chambres, les restaurants, les piscines, et aident les clients à se familiariser avec l'environnement de l'hôtel.
- **Enregistrements des dialogues :** Ils capturent les interactions entre le personnel de l'hôtel et les clients, offrant des exemples concrets de communication en français dans des situations réelles, ce qui peut aider à améliorer le service clientèle.

- **Les Vidéos publicitaires :** Ces vidéos mettent en valeur les installations, les services et les expériences offertes par l'hôtel, visant à attirer de nouveaux clients et à fidéliser la clientèle existante .

4.2.Les agences touristiques

Pour les agences de voyage, les documents comprennent:

- **Les Cartes de visite :** ce sont des cartes remises aux visiteurs contenant le nom et la photo de l'agence, ainsi que ses informations telles que le numéro de téléphone, l'email, WhatsApp, etc. Elles permettent aux clients de contacter facilement l'agence de voyage sans déplacer.
- **Les Billets d'avion :** Ils confirment les réservations de vols pour les clients et sont essentiels pour leur voyage.
- **Les tickets électroniques :** ce sont des documents numériques utilisés pour confirmer les réservations et acheter certains services tels que les billets d'avion, les voyages, les visites touristiques, etc.
- **Un contrat du travail :** ce document présente un contrat de travail entre une agence touristique et un client, il contient des conditions de travail détaillées, le nom de l'agence en haut et en bas le nom de client et la signature.
- **Les Fiches des voyages organisés :** Ces documents détaillent les itinéraires, les hébergements, les activités prévues, etc., pour les voyages organisés par l'agence, offrant aux clients une vue d'ensemble de leur voyage.
- **Les livres et les annonces écrites en français :** des documents qu'on trouve dans chaque agence touristique, utilisés pour promouvoir les offres de voyage et fournir des informations sur les destinations et les services proposés par l'agence.
- **Vidéos des annonces touristiques :** Similaires aux vidéos publicitaires des hôtels, elles présentent les destinations et les expériences proposées par l'agence de voyage, visant à attirer les clients potentiels.
- **Carte routière:** Une carte routière est une représentation graphique des routes, autoroutes, villes, et autres éléments géographiques d'une région ou d'un pays. Elle est utilisée pour la navigation et la planification de voyages en voiture ou en transport terrestre.
- **Programme devoyage:** Le programme de voyage est un plan détaillé qui inclut les étapes, les destinations, les activités prévues, ainsi que les horaires et les moyens de

transport à utiliser lors d'un voyage. Cela peut inclure des réservations d'hôtels, des visites touristiques, et d'autres arrangements logistiques.

- **Les Enregistrements audiovisuels des guides :** Ils montrent comment les guides francophones interagissent avec les touristes, offrant un aperçu de la qualité de la communication linguistique dans le cadre des visites guidées.

5. Les termes et les expressions repérés dans chaque document issu du secteur de l'hôtellerie et du tourisme

5.1.Les Documents collectés dans les hôtels

- **Les Fiches de réservation**

  - ✓ Les termes : dates, séjour, chambre, réservation, client, tarifs
  - ✓ Les expressions : politique d'annulation, à compléter, …

- **Emails écrits en langue française**

  - ✓ Les termes : confirmation, arrivée, offres… ,
  - ✓ Les expressions : confirmation de réservation, réponses aux questions des clients, informations préalables à l'arrivée détails de réservation, directives pour l'arrivée, offres spéciales.

- **Les cartes de visite**

  - ✓ Les termes : l'hôtel, logo, coordonnées.
  - ✓ Les expressions : nom du membre du personnel, fonction, numéro de téléphone, adresse e-mail.

- **Facture**

  - ✓ Les termes : dépenses, frais, séjour, services.
  - ✓ Les expressions : dates du séjour, numéro de chambre, prix par nuit, total à payer, taxes.

- **Menus de restaurant**

  - ✓ Termes : plats disponibles, descriptions, prix, options spéciales.
  - ✓ Les expressions : entrées, plats principaux, desserts, boissons, menus spéciaux.

- **Plan de l'hôtel**

  - ✓ Les termes : chambres, restaurants, piscines.
  - ✓ Les expressions : schéma du bâtiment, numérotation des chambres, emplacement des installations.

- **Enregistrements des dialogues**

- ✓ Les termes : interactions avec le personnel, demande de renseignements, résolutions de problèmes.
- ✓ Les expressions : questions des clients, réponses du personnel, ton de la conversation.

- **Vidéos publicitaires**

  - ✓ Les termes : installations, services, expériences, séjour
  - ✓ Les expressions : images des chambres, des restaurants, des activités, témoignages de clients.

5.2.Les Documents existants dans les agences de voyage

- **Les cartes de visite**

  - ✓ Les termes : nom de l'agence, coordonnée.
  - ✓ Les expressions : nom du représentant, numéro de téléphone, adresse e-mail, site web.

- **Billets d'avion**

  - ✓ Les termes : compagnie aérienne, numéro de vol, dates et heures de départ et d'arrivée.
  - ✓ Les expressions : nom du passager, numéro de réservation, classe de voyage, porte d'embarquement.

- **Tickets électroniques**

  - ✓ Les termes : confirmation de réservation, code de réservation, informations sur les services.
  - ✓ Les expressions : numéro de billet électronique, itinéraire, restrictions.

- **Contrat de travail**

  - ✓ Les termes : conditions de travail, droits et obligations, période de validité.
  - ✓ Les expressions : nom et adresse de l'agence, nom du client, détails de l'emploi, salaire, horaires de travail.

- **Les fiches des voyages organisés**

  - ✓ Les termes : itinéraires, hébergement, activités prévues.
  - ✓ Les expressions : description des visites, horaires, guides touristiques.

- **Livres et annonces écrites en français**

  - ✓ Les termes : promotions, offres spéciales, destinations.
  - ✓ Les expressions : prix, durée du voyage, conditions générales, photos.

- **Vidéos des annonces touristiques**

  - ✓ Les termes : destinations, expériences,

- ✓ Les expressions : paysages, activités, services de l'agence, témoignages de clients satisfaits.

- **Carte routière**

  - ✓ Les termes : carte, route, endroits, wilayas
  - ✓ Les expressions : carte routière,

- **Programme du voyage**

  - ✓ Les termes : programme, séjour, voyage, circuit, émail, téléphone, date, hébergement
  - ✓ Les expressions : programme du voyage, transfert hôtel, maison d'hôtel traditionnelle en pension complète, visites des villages

- **Enregistrements audiovisuels des guides**

  - ✓ Les termes : guidage, commentaires sur les sites touristiques.
  - ✓ Les expressions : informations historiques, anecdotes, conseils pratiques.

6. Conclusion

En conclusion, il est indéniable que la collecte des données revêt une importance cruciale dans chaque programme de formation FOS, car elle constitue la base sur laquelle reposent les décisions et les actions futures. Cette phase implique la mise en œuvre des méthodes de collecte sélectionnées pour obtenir des informations pertinentes et fiables de manière exhaustive et précise, ainsi que pour fournir des supports de formation. De plus, l'analyse des données permet de tirer des conclusions significatives, de comprendre les tendances, les besoins et les défis, ce qui guide la conception et la mise en œuvre du programme de formation.

Dans notre programme de formation FOS dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme, la collecte des données nous a aidés à atteindre plusieurs objectifs. Elle offre une compréhension approfondie du champ à traiter en identifiant les besoins spécifiques des professionnels de ce secteur. De plus, elle fournit des supports concrets pour les séquences pédagogiques, tels que des vidéos, des témoignages et des études de cas, qui illustrent les concepts et les pratiques de l'industrie. Cela nous prépare donc à la dernière étape de la construction de notre programme, qui est l'élaboration didactique.

Dans la phase de l'élaboration didactique, qui est la cinquième étape de la construction de la démarche FOS, la collecte de données joue un rôle crucial en permettant aux concepteurs de créer des activités d'apprentissage adaptées aux besoins spécifiques du

domaine de l'hôtellerie et du tourisme. Cela garantit la pertinence et l'efficacité du programme. En somme, la collecte des données est essentielle à toutes les étapes du processus de formation, de l'identification des besoins à la conception des activités d'apprentissage, assurant ainsi la qualité et la pertinence des programmes de formation FOS.

Section 05 : Analyse du test (les productions écrites)

1. L'analyse

Nous avons décidé de nous concentrer sur les problèmes de langue des employés du secteur du tourisme et de l'hôtellerie en Algérie, car améliorer leurs compétences linguistiques pourrait avoir un impact positif sur la qualité du service client car la maîtrise de l'écrit en français et les compétences linguistiques peuvent grandement améliorer le service client dans l'hôtellerie et le tourisme en permettant une communication claire et efficace avec les clients francophones. Cela facilite la compréhension des besoins et des demandes des clients, permettant ainsi de fournir un service personnalisé et de qualité. De plus, une bonne maîtrise de l'écriture permet de rédiger des documents professionnels tels que des courriels, des confirmations de réservation ou des rapports de façon correcte et efficace, renforçant ainsi l'image de l'établissement et la satisfaction des clients.

Nous nous sommes concentrées en particulier sur l'écrit car il est apparu qu'ils rencontrent plus de difficultés à l'écrit qu'à l'oral, nous avons proposé un court test qui consiste à demander aux employés de rédiger des paragraphes afin d'identifier leurs lacunes linguistiques ainsi que leurs niveaux en écriture.

La consigne consistait à rédiger un court paragraphe abordant la place et l'importance de la langue française dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme. Nous leur avons également laissé la liberté de ne pas être limités par cette consigne et de choisir n'importe quel sujet sur lequel ils souhaitent écrire.

À ce jour, nous avons recueilli environ 11 productions écrites provenant des employés algériens de différentes entreprises de l'industrie de l'hôtellerie et du tourisme. Nous avons également pris en compte les documents écrits tels que les e-mails, les rapports et les annonces rédigés en langue française, voire même les réponses aux questions

ouvertes du questionnaire car ils font partie intégrante de leurs écrits, voici nos observations et notre analyse des erreurs relevées dans leurs écrits :

Ce que nous avons constaté à travers leurs écrits, c'est que la plupart des employés rencontrent des difficultés au niveau de la rédaction en langue française. Ils éprouvent des difficultés à s'exprimer correctement en français, et certains commettent de nombreuses erreurs linguistiques, notamment en ce qui concerne l'orthographe, la grammaire, , la syntaxe, ainsi que des erreurs de conjugaison, d'accord, de choix de mots, de vocabulaire, de répétition, de clarté et de logique.

Nous avons décidé d'inclure dans notre programme de formation FOS des séances variées sous forme des cours et d'activités visant à remédier à ces lacunes linguistiques afin d'aider les employés à améliorer leur niveau d'écriture en langue française.

Pour atteindre cet objectif, nous allons créer comme un scénario pédagogique en suivant les étapes suivantes :

- ✓ Définir des objectifs clairs, réalisable et mesurable.
- ✓ Segmenter les modules.
- ✓ Réaliser les contenus.
- ✓ Mettre en disposition les outils et les ressources nécessaire.
- ✓ Précisez le timing.
- ✓ Expliquer le processus l'évaluation.

2. Analyse des difficultés des employés(la conclusion)

À ce stade de notre travail, la tâche consistant à faire écrire les employés du secteur du tourisme et de l'hôtellerie a été pour nous comme un test pour voir d'abord les réponses et confirmer les observations que nous avons remarquées et qui ont été exprimées par les travailleurs. Concernant leurs difficultés que l'écrit leur pose plus de difficultés que l'oral et il nous permet de découvrir les types de difficultés auxquelles ils sont confrontés en écriture, afin que nous puissions identifier leurs besoins. Qui sont notre objectif principal de cette étude, et afin que nous puissions traiter et remédier ces difficultés et voir les méthodes et les moyens qui nous permettent de fournir un programme de formation répondant à leurs besoins et développant leurs compétences en écriture en français.

Après avoir recueilli les productions écrites que nous avons obtenues de certains employés du secteur du tourisme et de l'hôtellerie et les avoir corrigées avec soin, les résultats ont montré que nous avons effectivement remarqué qu'ils rencontrent des difficultés réelles en écriture. Certains ont même refusé d'écrire car ils ne peuvent même pas écrire en français, bien que leur domaine exige la maîtrise de la langue française et la compréhension de nombreux termes et expressions en français, et que tout leur système soit en français. Cependant, ils ne savent pas écrire en français, ils connaissent seulement quelques termes spécifiques à leur domaine. Les résultats de la correction des tests jusqu'à présent ont montré que les employés rencontrent des problèmes au niveau de la grammaire, de l'orthographe et de la syntaxe, de la conjugaison et de l'enchaînement des idées. Ils ont des problèmes de genre masculin et féminin, de singulier et de pluriel, de choix de mots, d'organisation et de cohérence, de cohésion, etc., et ils ne maîtrisent pas l'écriture en français. Cette étape a donc été importante pour nous car elle sert comme un prélude et un guide à nous pour savoir ce que nous allons proposer comme programme et ce que nous inclurons comme contenu dans la proposition Didactique pour eux.

3. Classement des Niveau selon Le CECR (L'ORAL ET L'ECRIT)

3.1.Le test oral et écrit

Après avoir corrigé les copies des employés, qui visaient à voir ce que les employés rencontrent comme problèmes avec l'écrit et leurs besoins en matière d'écriture, ainsi que l'ensemble des remarques que nous avons abordées, et par l'intermédiaire de l'entretien que nous avons réalisé pour identifier les problèmes linguistiques et les besoins linguistiques des employés dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme, que nous avons également considéré comme un test oral, nous avons constaté qu'il y a une différence de niveau parmi les employés, mais la majorité ont un niveau intermédiaire B1 a l'oral et un niveau débutant A1 a l'écrit

À travers le classement des niveaux que nous a établi le cadre européen commun de référence pour les langues (CECR), nous avons pu classer le niveau des employés et les situer globalement au niveau intermédiaireB1

Selon le CECR, le niveau B1correspond à un niveau d'utilisateur indépendant (niveau seuil), et qui signifie que l'apprenant possède les capacités suivantes :

- ✓ Comprendre les points essentiels d'une discussion quand un langage clair et standard est utilisé et s'il s'agit de choses familières au travail, à l'école, aux loisirs, etc.
- ✓ Être autonome dans la plupart des situations rencontrées en voyage dans une région où la langue cible est parlée
- ✓ Pouvoir produire un discours simple et cohérent sur des sujets familiers et dans ses domaines d'intérêt
- ✓ Savoir raconter un événement, une expérience ou un rêve, décrire un espoir ou un but et exposer brièvement des raisons ou explications pour un projet ou une idée

Et l'inverse Pour le niveau A1 à l'ecrit qui correspond à un niveau d'utilisateur élémentaire (niveau introductif ou de découverte), et il correspond aux capacités suivantes :

- ✓ Comprendre et utiliser des expressions familières et quotidiennes et des énoncés très simples qui visent à satisfaire des besoins concrets
- ✓ Savoir se présenter ou présenter quelqu'un
- ✓ Pouvoir poser à une personne des questions la concernant et répondre au même type de questions
- ✓ Communiquer de façon simple si l'interlocuteur parle lentement et distinctement et se montre coopératif

3.2. Qu'est-ce que le niveau débutant en langue signifie?

Le niveau débutant en langue signifie principalement que l'apprenant est au premier stade de son apprentissage. . Il présente des capacités limitées, faibles et rencontre de nombreuses difficultés par rapport aux niveaux supérieurs, que ce soit en lecture, écriture, expression orale ou dans toutes les autres compétences linguistiques. Il a besoin de développer son niveau linguistique pour progresser vers un meilleur niveau.

3.3.Le Niveau intermédiaire

Le niveau intermédiaire signifie que l'apprenant a des compétences linguistiques moyennes et une bonne compréhension de la langue française ou toute autre langue. L'apprenant de niveau intermédiaire est capable de parler et d'écrire de manière acceptable

et moyenne, et se distingue par certaines bonnes compétences linguistiques qu'il doit développer pour atteindre un niveau supérieur.

Selon le CECRL (le niveau intermédiaire d'un utilisateur élémentaire). A partir de la 2ème année, ils commencent à étudier et apprendre le français selon la spécialité (tourisme, hôtellerie ou guidage touristique)

Le cadre de référence a divisé les niveaux en six niveaux:

- Le Niveau introductif ou découverte (Breakthrough) correspond à ce que Wilkins appelait" compétence formule "dans sa proposition de 1978 et Trim" compétence introductive "dans la même publication.
- Le Niveau intermédiaire ou de survie (Waystage) reflète la spécification de contenus actuellement en vigueur au sein du Conseil de l'Europe.
- Le Niveau seuil (Threshold) reflète la spécification de contenus actuellement en vigueur au sein du Conseil de l'Europe.
- Le Niveau avancé (Vantage) ou utilisateur indépendant, supérieur au Niveau seuil, a été présenté comme étant une" compétence opérationnelle limitée "par Wilkins et par Trim comme une" réponse appropriée dans des situations courantes."
- Le Niveau autonome ou de compétence opérationnelle effective, qui a été présenté par Trim comme" compétence efficace "et comme" compétence opérationnelle adéquate "par Wilkins, correspond à un niveau de compétence avancé convenable pour effectuer des tâches ou des études plus complètes.
- La Maîtrise (Trim" : maîtrise globale ; "Wilkins" : compétence opérationnelle globale ("correspond à l'examen le plus élevé dans l'échelle ALTE. On pourrait y inclure le niveau encore plus élevé de compétence interculturelle atteint par de nombreux professionnels des langues.

4. Les grilles d'évaluation

4.1.Définition de grille d'évaluation

La grille d'évaluation est un outil utilisé par le chercheur ou l'enseignant pour mesurer les performances des apprenants, ainsi que leur niveau et leurs points faibles. Par exemple, un enseignant collecte les copies des élèves et utilise une grille d'évaluation pour évaluer de manière juste et objective leurs travaux. Cette grille peut inclure des critères

spécifiques, tels que l'exactitude, la clarté, la pertinence et la cohérence, permettant ainsi d'attribuer des notes et de fournir un retour d'information constructif aux apprenants. En plus de mesurer les performances individuelles, la grille d'évaluation peut également servir à évaluer la qualité globale d'un projet ou d'une activité d'apprentissage.

4.2.Tableaux des grilles d'évaluation selon le CECR

Pour évaluer le Niveau des apprenants nous avons utilisé les grilles faites par le CECR comme une référence pour évaluer le niveau.

Tableau 15: les normes du CECR pour évaluer le niveau des apprenants en ce qui concerne la production orale générale

PRODUCTION ORALE GÉNÉRALE	
Les Niveaux	**Les compétences**
Niveau C2	Peut produire un discours élaboré, limpide et fluide, avec une structure logique efficace qui aide le destinataire àRemarquer les points importants et à s'en souvenir.
Niveau C1	Peut faire une présentation ou une description d'un sujet complexe en intégrant des arguments secondaires et endéveloppant des points particuliers pour parvenir à une conclusion appropriée
Niveau B2	Peut méthodiquement développer une présentation ou une description soulignant les points importants et les détailspertinents. Peut faire une description et une présentation détaillées sur une gamme étendue de sujets relatifs à son domaine d'intérêten développant et justifiant les idées par des points secondaires et des exemples pertinents.
Niveau B1	Peut assez aisément mener à bien une description directe et non compliquée de sujets variés dans son domaine en laPrésentant comme une succession linéaire de points.
Niveau A2	Peut décrire ou présenter simplement des gens, des conditions de vie, des activités quotidiennes, ce qu'on aime ou pas,Par de courtes séries d'expressions ou de phrases non articulées.
Niveau A1	Peut produire des expressions simples isolées sur les gens et les choses.

Selon le CECR, les activités de production orale (parler) l'utilisateur de la langue produit un texte ou énoncé oral qui est reçu par unou plusieurs auditeurs. Parmi les activités orales on trouve, par exemple :

- ✓ Les annonces publiques (renseignements, instructions, etc.)
- ✓ Les exposés (discours dans des réunions publiques, conférences à l'université, sermons, spectacles, commentaires sportifs, etc.).
- ✓ Elles peuvent inclure, par exemple

- ✓ De lire un texte écrit à haute voix
- ✓ De faire un exposé en suivant des notes ou commenter des données visuelles (diagrammes, dessins, tableaux, etc.)
- ✓ De jouer un rôle qui a été répété
- ✓ De parler spontanément
- ✓ De chanter.

Une échelle est proposée pour illustrer la production orale générale et des sous-échelles pour illustrer

- ✓ Le monologue suivi : décrire l'expérience
- ✓ Le monologue suivi : argumenter (par exemple lors d'un débat)
- ✓ Des annonces publiques
- ✓ S'adresser à un auditoire.

Tableau 16: les normes de la compréhension de l'écrit selon le CECR

COMPRÉHENSION GÉNÉRALE DE L'ÉCRIT	
Les Niveaux	**Les compétences**
Niveau C2	Peut comprendre et interpréter de façon critique presque toute forme d'écrit, y compris des textes (littéraires ou non) Abstraits et structurellement complexes ou très riches en expressions familières. Peut comprendre une gamme étendue de textes longs et complexes en appréciant de subtiles distinctions de style et lesens implicite autant qu'explicite
Niveau C1	Peut comprendre dans le détail des textes longs et complexes, qu'ils se rapportent ou non à son domaine, à conditionde pouvoir relire les parties difficiles
Niveau B2	Peut lire avec un grand degré d'autonomie en adaptant le mode et la rapidité de lecture à différents textes et objectifs eten utilisant les références convenables de manière sélective. Possède un vocabulaire de lecture large et actif mais pourraavoir des difficultés avec des expressions peu fréquentes
Niveau B1	Peut lire des textes factuels directs sur des sujets relatifs à son domaine et à ses intérêts avec un niveau satisfaisant decompréhension
Niveau A2	Peut comprendre de courts textes simples sur des sujets concrets courants avec une fréquence élevée de languequotidienne ou relative au travail. Peut comprendre des textes courts et simples contenant un vocabulaire extrêmement fréquent, y compris un vocabulaireinternationalement partagé

Niveau A1	Peut comprendre des textes très courts et très simples, phrase par phrase, en relevant des noms, des mots familiers et desexpressions très élémentaires et en relisant si nécessaire.

Tableau 17: les normes du CECR pour évaluer le niveau des apprenants en ce qui concerne la production écrite générale

COMPRÉHENSION GÉNÉRALE DE L'ÉCRIT	
Les Niveaux	**Les compétences**
Niveau C2	Peut écrire des textes élaborés, limpides et fluides, dans un style approprié et efficace, avec une structure logique quiaide le destinataire à remarquer les points importants.
Niveau C1	Peut écrire des textes bien structurés sur des sujets complexes, en soulignant les points pertinents les plus saillants et enconfirmant un point de vue de manière élaborée par l'intégration d'arguments secondaires, de justifications etd'exemples pertinents pour parvenir à une conclusion appropriée
Niveau B2	Peut écrire des textes clairs et détaillés sur une gamme étendue de sujets relatifs à son domaine d'intérêt en faisant lasynthèse et l'évaluation d'informations et d'arguments empruntés à des sources diverses
Niveau B1	Peut écrire des textes articulés simplement sur une gamme de sujets variés dans son domaine en liant une séried'éléments discrets en une séquence linéaire
Niveau A2	Peut écrire une série d'expressions et de phrases simples reliées par des connecteurs simples tels que « et », « mais » et« Parce que ».
Niveau A1	Peut écrire des expressions et phrases simples isolées

Selon Le CECR, les activités de production écrite (écrire, ou expression écrite) l'utilisateur de la langue comme scripteur produit untexte écrit qui est reçu par un ou plusieurs lecteurs. Parmi les activités écrites on trouve, par exemple :

- ✓ Remplir des formulaires et des questionnaires
- ✓ Écrire des articles pour des magazines, des journaux, des bulletins, etc.
- ✓ Produire des affiches
- ✓ Rédiger des rapports, des notes de service, etc.
- ✓ Prendre des notes pour s'y reporter
- ✓ Prendre des messages sous la dictée, etc.

- ✓ Écrire des textes libres
- ✓ Écrire des lettres personnelles ou d'affaires, etc.
- ✓ Une échelle est proposée pour illustrer la production orale générale et des sous-échelles pour illustrer
- ✓ L'écriture créative
- ✓ Essais et rapports.

Tableau 18: les normes de compréhension générale de l'oral selon le CECR

COMPRÉHENSION GÉNÉRALE DE L'ORAL	
Les Niveaux	**Les compétences**
Niveau C2	Peut comprendre toute langue orale qu'elle soit en direct ou à la radio et quel qu'en soit le débit.
Niveau C1	Peut suivre une intervention d'une certaine longueur sur des sujets abstraits ou complexes même hors de son domainemais peut avoir besoin de faire confirmer quelques détails, notamment si l'accent n'est pas familier. Peut reconnaître une gamme étendue d'expressions idiomatiques et de tournures courantes en relevant les changementsde registre. Peut suivre une intervention d'une certaine longueur même si elle n'est pas clairement structurée et même si les relationsentre les idées sont seulement implicites et non explicitement indiquées.
Niveau B2	Peut comprendre une langue orale standard en direct ou à la radio sur des sujets familiers et non familiers serencontrant normalement dans la vie personnelle, sociale, universitaire ou professionnelle. Seul un très fort bruit de fond, Une structure inadaptée du discours ou l'utilisation d'expressions idiomatiques peuvent influencer la capacité àcomprendre. Peut comprendre les idées principales d'interventions complexes du point de vue du fond et de la forme, sur un sujetconcret ou abstrait et dans une langue standard, y compris des discussions techniques dans son domaine despécialisation. Peut suivre une intervention d'une certaine longueur et une argumentation complexe à condition que le sujet soit assezfamilier et que le plan général de l'exposé soit indiqué par des marqueurs explicites.
Niveau B1	Peut comprendre une information factuelle directe sur des sujets de la vie quotidienne ou relatifs au travail enreconnaissant les messages généraux et les points de détail, à condition que l'articulation soit claire et l'accent courant. Peut comprendre les points principaux d'une intervention sur des sujets familiers rencontrés régulièrement au travail, à l'école, pendant les loisirs,

	y compris des récits courts.
Niveau A2	Peut comprendre assez pour pouvoir répondre à des besoins concrets à condition que la diction soit claire et le débitlent. Peut comprendre des expressions et des mots porteurs de sens relatifs à des domaines de priorité immédiate (parexemple, information personnelle et familiale de base, achats, géographie locale, emploi).
Niveau A1	Peut comprendre une intervention si elle est lente et soigneusement articulée et comprend de longues pauses quipermettent d'en assimiler le sens.

4.3.Interviewer et être interviewé (l'entretien)

Les normes de l'entretien selon le CECR sont les suivantes :

Tableau 19: Les normes de l'entretien selon le CECR

Les Niveaux	Les compétences
Niveau C2	C2 Peut tenir sa part du dialogue extrêmement bien, en structurant le discours et en échangeant avec autorité et unecomplète aisance, que ce soit comme interviewer ou comme interviewé, de la même manière qu'un locuteur natif
Niveau C1	Peut participer complètement à un entretien comme interviewer ou comme interviewé, en développant et mettant envaleur le point discuté, couramment et sans aucune aide, et en utilisant les interjections convenablement
Niveau B2	Peut conduire un entretien avec efficacité et aisance, en s'écartant spontanément des questions préparées et enexploitant et relançant les réponses intéressantes. Peut prendre des initiatives dans un entretien, élargir et développer ses idées, sans grande aide ni stimulation de la partde l'interlocuteur
Niveau B1	Peut fournir des renseignements concrets exigés dans un entretien ou une consultation (par exemple, décrire dessymptômes à un médecin) mais le fait avec une précision limitée. Peut conduire un entretien préparé, vérifier et confirmer les informations, bien qu'il lui soit parfois nécessaire dedemander de répéter si la réponse de l'interlocuteur est trop rapide ou trop développée. Peut prendre certaines initiatives dans une consultation ou un entretien (par exemple introduire un sujet nouveau) maisreste très dépendant de l'interviewer dans l'interaction. Peut utiliser un questionnaire préparé pour conduire un entretien structuré, avec quelques questions spontanéescomplémentaires
Niveau A2	Peut se faire comprendre dans un entretien et communiquer des idées et de l'information sur des sujets familiers àcondition de pouvoir faire clarifier à l'occasion et d'être aidé pour exprimer ce qu'il/elle veut. Peut répondre à des questions simples et réagir à des déclarations simples

	dans un entretien
Niveau A1	Peut répondre dans un entretien à des questions personnelles posées très lentement et clairement dans une langue

Conclusion:

La grille d'évaluation du CECR était un référentiel fiable et important pour évaluer le niveau des employés dans le domaine du tourisme et de l'hôtellerie. Elle nous a fourni les critères et les normes nécessaires pour connaître le niveau des employés. Elle nous a aidés à déterminer le niveau exact des employés afin de concevoir notre programme de formation selon le niveau trouvé et selon les besoins déclarés par les employés du secteur de l'hôtellerie et du tourisme en Algérie.

De plus, comme nous l'avons mentionné, nous avons utilisé la grille d'évaluation du Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues (CECR).

Et Nous avons appliqué ces grilles au test écrit, qui concerne les productions écrites, ainsi qu'au test oral qui est sous forme d'un entretien oral.

En conséquence, nous avons obtenu un résultat indiquant que le niveau des employés se situe au niveau B1 selon les descripteurs de référence du CECR.

Section 06 : Synthèse des résultats

Après avoir analysé les résultats de questionnaire, entretien, documents authentiques et le test et interprété les réponses des employés dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme, ainsi que des entretiens menés avec eux, plusieurs observations ont été faites :

Dans l'ensemble, il a été constaté que la majorité des employés rencontrent des difficultés ont besoin de formations linguistiques dans leurs domaines. En suite beaucoup des employés ont des difficultés à l'écrit Cela concerne ceux qui ont manifesté leur intérêt et leur préoccupation concernant ce type de formation.

L'étude menée dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme met en lumière les besoins des employés dans ce secteur. Il ressort clairement que de nombreux employés rencontrent des difficultés liées à la maîtrise du vocabulaire spécialisé, notamment en raison d'un manque de richesse lexicale dans ce domaine spécifique. Afin de répondre à

ces besoins identifiés, une approche axée sur le français sur objectifs spécifiques sera mise en place

Dans cette perspective, la création d'un programme de formation spécialisé détaillé sera entreprise, servant d'outil d'apprentissage pour renforcer les compétences linguistiques des employés dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme. Et une proposition didactique des cours et des activités et un glossaire de terminologie de lexique permettra aux employés de développer leur vocabulaire spécialisé et d'améliorer leur compréhension ainsi que leurs compétences en communication écrite et orale.

L'objectif global est d'aider les employés du secteur de l'hôtellerie et du tourisme à améliorer leur maîtrise du vocabulaire spécialisé et leurs compétences en communication, afin qu'ils puissent mieux répondre aux exigences professionnelles de leur domaine. Ces mesures sont conçues pour combler les lacunes linguistiques spécifiques des employés et les préparer à réussir dans leur parcours professionnel dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme.

Conclusion

Au cours de ce chapitre, nous avons exploité l'ensemble des outils d'enquête disponibles afin que notre travail de recherche soit exhaustif et rigoureux, ainsi que les objectifs que nous avons visés à travers cette expérience, en plus du public étudié. Nous avons également discuté en détail des aspects temporels et spatiaux, tels que le lieu de l'expérience, le temps consacré à chaque processus, ainsi que les obstacles rencontrés lors de notre recherche et de notre réalisation.

Nous avons également consacré une section à l'analyse de tous les documents que nous avons recueillis, qu'ils soient écrits ou audio/audio visuelles et sous forme de questionnaires, d'entretiens, et des observations directes sur le terrain, permettant de recueillir des données qualitatives et quantitatives variées.

En résumé, ce chapitre a été une description précise de l'expérience pratique que nous avons menée sur le terrain pour atteindre notre objectif principal : comprendre les difficultés et les besoins des travailleurs dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme en ce qui concerne la langue spécifique et les problèmes linguistiques auxquels ils sont confrontés. Ceci dans le but de les identifier et de les traiter à travers des propositions

éducatives et un programme qui leur sera spécialement dédié, en prenant en compte leurs besoins en français pour améliorer leur niveau et développer leurs compétences.

Dans le prochain chapitre intitulé "La proposition didactique «, nous présenterons en détail les solutions que nous avons sélectionnées et opté sur, notamment la création d'un programme de formation linguistique FOS qui sera sous forme des cours et des activités pédagogiques destinés aux employés dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme. Et d'un glossaire spécialisé des terminologies propre au secteur de l'hôtellerie et du tourisme en Algérie, ainsi que la proposition de formation linguistiques personnalisées pour répondre aux besoins spécifiques des employés.

Chapitre 05 : Proposition didactique

Introduction

La proposition didactique représente l'aboutissement final de tout programme de formation linguistique. C'est le fruit de tout le processus d'élaboration des formations linguistiques, où l'enseignant-chercheur va mettre en lumière les points clés de son travail. Cette proposition consiste en des solutions et des recommandations qui peuvent aider à remédier aux difficultés rencontrées.

Dans ce chapitre, nous explorons notre proposition didactique remédiatrice, basée sur les résultats de l'expérimentation, qui comprend des cours et des activités destinés aux employés du secteur du tourisme et de l'hôtellerie.

Section 01 : La Proposition Didactique

Dans la démarche FOS (Français sur Objectifs Spécifiques), la proposition didactique représente la dernière et la plus importante étape du processus. Elle implique des cours et des activités conçus pour remédier aux besoins identifiés lors de l'étape d'analyse des besoins.

Sur la base des lacunes identifiées à travers un test écrit préliminaire, Et notre enquête sur le terrain, ainsi que le questionnaire et l'entretien que nous avons élaborés, nous avons conçu un programme de formation structuré et ciblé. Ce programme vise à aider les employés à améliorer leurs compétences langagières.

Nous avons divisé cette proposition didactique en cinq séances principales, organisées comme suit:

Tableau 20: proposition didactique en cinq séances principales

Séances	Objectif	Méthodes
Séance 1 : Production écrite (atelier d'écriture)	Améliorer la compétence en écriture chez les employés du secteur de l'hôtellerie et du tourisme.	Préparation à l'écrit, révision de textes et de documents, exercices de rédaction.
Séance 2 : Compréhension de l'oral	Comprendre un discours oral (dialogue) et remédier aux	Une séance de la compréhension de l'écrit avec

	différents problèmes de langue chez les employés du secteur de l'hôtellerie et du tourisme.	des activités de compréhension et de synthèse.
Séance 3 : Production orale	Renforcer les compétences en communication verbale et non verbale des employés dans un contexte professionnel.	Jeux de rôle, simulations, analyse de scénarios de communication.
Séance 4 : Compréhension de l'écrit	Comprendre un texte de spécialité et identifier la situation de communication de ce texte.	Activités de compréhension, un texte lacunaire à compléter, des activités d'association.

Source : Elaboré par nous-mêmes.

Toutes ces séances sont organisées suite à un programme présenté sous forme d'un projet divisé en deux séquences. La première est consacrée aux activités du domaine de l'hôtellerie, la deuxième est faite pour le domaine du tourisme.

Chaque séance, comprend à la fin des activités de langue que nous avons jugés essentiels suite à notre expérimentation sur le terrain.

1. Le programme de formation (définition)

Le programme de formation, comme son nom l'indique, est un document ou un plan détaillant le contenu de la formation ainsi que ses éléments, y compris les objectifs, les programmes éducatifs et toutes les méthodes et moyens utilisés pendant la session de formation pour garantir son succès et atteindre les résultats attendus. Le programme de formation met l'accent sur les apprenants et leurs besoins tout au long de la session, et c'est sur la base de ces besoins que le contenu de la session est construit et conçu. L'objectif du programme de formation est de développer les compétences des apprenants.

Notre programme de formation est présenté ci-dessous sous forme d'une grille de progression :

Un programme de formation langagière destinée aux employés du secteur de l'hôtellerie et du tourisme

Durée de la formation : 4 semaines 40 heures, 5 jours par semaine, 4 heures par jour

Tableau 21: Un programme de formation langagière

Projet : Exposer pour présenter les différents métiers de l'hôtellerie et du tourisme						
Séquence 1 : L'hôtellerie (compréhension, expression, terminologie et moyens linguistiques)	Séances De 08 :00h à 12 :00h	Moyens pédagogiques	Support :	Objectifs d'apprentissage	Moyens linguistiques	Durée :
	Compréhension de l'oral	Un ordinateur, le tableau, le data-show	Audio-visuel -Une conversation dans un hôtel	- Motiver l'écoute chez les apprenants - Exploitation des informations données avant écoute pour émettre des hypothèses de sens sur le contenu du message oral. - Développer l'écoute chez les apprenants et les encourager à la prise de notes. - Identifier les éléments de la situation de communication et d'énonciation. - Identifier les différents termes et expression propres aux champs lexicaux existants dans le dialogue. - Utiliser la terminologie spécifique à l'hôtellerie et le tourisme pour compléter le résumé du texte.	- Les comparatifs - Terminologie de l'hôtellerie.	4 heures

	Compréhension de l'écrit	Le tableau, le dictionnaire	Une lettre de plainte	- Motiver les apprenants à la lecture et la compréhension des documents propres au domaine de l'hôtellerie et du tourisme. - Identifier la situation de communication et ses éléments constructifs. - Repérer le champ lexical du thème. - Sélectionner les arguments qui justifient le point de vue du destinateur. - Restituer l'essentiel du texte sous forme de plan. - Identifier la visée communicative de cette lettre.	- L'adjectif tout, toute, tous, toutes. -Terminologie de l'hôtellerie	4 heures
	Production orale	Un ordinateur, le tableau, le data-show, les baffes, un micro	Audio-visuel Réserver une chambre d'hôtel (dialogue simulé)	- Motiver les apprenants à prendre la parole - Amener l'apprenant à s'exprimer oralement. - Adapter ses propos à son auditoire. - Produire des phrases correctes au plan syntaxique. - Etablir le contact avec l'interlocuteur. - Utiliser la gestuelle, l'intonation, les interjections (en situation d'exposé)	-Situation de la communication formelle ou informelle. -Les expressions de politesse.	4 heures
	Production écrite : Atelier d'écriture Auto-évaluation	Le tableau, une illustration iconique.	Des documents authentiques Tableau d'auto-évaluation	- Motiver les apprenants à la rédaction. - Analyser le sujet inducteur - Maitriser la technique de la lettre de plainte. - Rédiger un texte cohérent. - S'autoévaluer.	-L'accord des adjectifs - Les adjectifs tout, toute, tous, toutes.	4 heures

	Production écrite : Préparation à l'écrit	Le tableau	Des documents authentiques	- S'entrainer à l'écrit. - Rédiger une fiche de réservation à partir d'un texte. - Utiliser le lexique de l'hôtellerie.	-Les formes correctes du verbe *partir* -Mieux, le mieux, meilleur, le meilleur -La forme correcte : nouveau / nouvel / nouvelle / nouveaux / nouvelles - La terminologie de l'hôtellerie	4 heures
Séquence 2 : le tourisme ((compréhension, expression, terminologie et moyens linguistiques)	Compréhension de l'oral	Un ordinateur, le tableau, le data-show	**Support audiovisuel :** Réserver et confirmer une réservation	- Motiver l'écoute chez les apprenants - Exploitation des informations données avant écoute pour émettre des hypothèses de sens sur le contenu du message oral. - Développer l'écoute chez les apprenants et les encourager à la prise de notes. - Identifier les éléments de la situation de communication et d'énonciation. - Identifier les différents termes et expression propres aux champs lexicaux existants dans le dialogue. -Complétez un butin d'inscription à partir d'un texte écouté. -	-Une activité du lexique	4heures
	Compréhension de l'écrit	Le tableau, le dictionnaire	un dialogue dans une agence touristique	- Motiver les apprenants à la lecture et la compréhension des documents propres au domaine de l'hôtellerie et du tourisme. - Identifier la situation de communication et ses éléments constructifs. - Restituer l'essentiel du texte sous forme d'un résumé.	-Activité de compréhension d'un dialogue. -Activité sur la terminologie	

	Production orale	Un ordinateur, le tableau, le data-show, les baffes, un micro	**Partir en vacances** (dialogue simulé)	- Motiver les apprenants à prendre la parole - Amener l'apprenant à s'exprimer oralement. - Adapter ses propos à son auditoire. - Produire des phrases correctes au plan syntaxique. - Etablir le contact avec l'interlocuteur. - Utiliser la gestuelle, l'intonation, les interjections (en situation d'exposé)	-Faire la différence entre les prépositions : de, à, en	4 heures
	Production écrite : Atelier d'écriture	Le tableau, une lettre de confirmation modèle à compléter	*À l'Agence de Voyages*	- Motiver les apprenants à la rédaction. - Maitriser la technique de la lettre de confirmation de la réservation. - Suivre les étapes de la lettre selon un modèle-type.	-Des activités du lexique	4 heures
	Production écrite : Préparation à l'écrit	Tableau, des documents authentiques	Une annonce	- Motiver les apprenants à la rédaction. - S'entrainer à l'écrit. - Utiliser le lexique du tourisme.	-Les expressions propres au domaine du tourisme	4heures

Source : Elaboré par nous-mêmes.

1.1.Les fiches techniques de la formation

1.1.1. Présentation de la formation

Dans cette étape nous allons essayer de préparer et d'organiser une formation didactique destinée aux employés de l'hôtellerie et du tourisme. L'organisation de cette formation est suite aux besoins linguistiques détectés chez les travailleurs tout au long de notre expérimentation. Nous proposons maintenant un canevas de notre formation.

1.1.2. Le public ciblé

La formation didactique est destinée aux employés de l'industrie de l'hôtellerie et du tourisme des différentes entreprises (Hôtel, agence de voyage, auberge…)

1.1.3. Les objectifs de la formation

Notre formation aura pour objectif de :

- ✓ Développer des savoirs langagiers spécifiques chez les apprenants
- ✓ Fournir aux apprenants des stratégies d'apprentissage qui leur permettent de s'autoformer (autonome dans leur apprentissage)
- ✓ Acquérir des savoir-faire et des savoir-être professionnels
- ✓ Elaborer des scénarios didactiques et le traitement de différentes situations de communication
- ✓ Suivre une pédagogie actionnelle (Les taches et les projets) afin de pouvoir résoudre les situations problèmes

1.1.4. Les compétences visées

- ✓ Production écrite : préparation à l'écrit, atelier d'écriture, autoévaluation
- ✓ Compréhension de l'écrit : des supports authentiques et différentes activités de compréhension
- ✓ Production orale : simulation et des activités de jeux de rôle
- ✓ Compréhension de l'oral : des supports oraux à comprendre
- ✓ Compétence linguistique : plusieurs activités de langue
- ✓ Niveau : B2
- ✓ Moment : Pendant un mois
- ✓ 80 heures en 4 semaines

- ✓ De 8 :00h jusqu'au 12 :00h durant cinq jours de la semaine

1.2.Les fiches de la formation

1.2.1. Séquence 1 : L'hôtellerie (compréhension, expression, terminologie et moyens linguistiques)

❖ **<u>Séance 1 :</u>Compréhension de l'oral(2 heures) + (2heures moyens linguistiques)**

Public visé : Les travailleurs dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme
Support audiovisuel : Une conversation dans un hôtel
Source de la vidéo : https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fyoutube.com
Compétence visée : La compréhension de l'oral
Objectifs d'apprentissage : - *Motiver l'écoute chez les apprenants* - *Exploitation des informations données avant écoute pour émettre des hypothèses de sens sur le contenu du message oral.* - *Développer l'écoute chez les apprenants et les encourager à la prise de notes.* - *Identifier les éléments de la situation de communication et d'énonciation.* - *Identifier les différents termes et expression propres aux champs lexicaux existants dans le dialogue.* - *Utiliser la terminologie spécifique à l'hôtellerie et le tourisme pour compléter le résumé du texte.*
Explication de l'activité : La séance de la compréhension de l'oral nécessite la présence des moyens pédagogiques comme le data Chow**.** On fait regarder la vidéo aux apprenants, puis, on donne le questionnaire à compléter ce qui nécessite la technique de la prise de notes et la compréhension globale et détaillée de la vidéo.
Pré-écoute : Exposer la vidéo sans son et demander aux apprenant d'émettre des hypothèses sur .le contenu de la vidéo.
1ère écoute : Identifiez la situation d'énonciation de la vidéo **Consigne :** A partir de la vidéo présentée, complétez le tableau d'énonciation ci-dessous :

Qui parle ?	**A qui ?**	**De quoi ?**	**Comment ?**	**Pourquoi ?**

2ème écoute : Comprendre le dialogue et identifier les éléments les plus pertinents de la compréhension.

Consigne : En se référant à la vidéo écoutée, répondez aux questions suivantes :

1- Quel est le thème de conversation dans cette vidéo ?
2- Relevez à partir de la vidéo exposée six (6) mots ou expressions du champ lexical de l'hôtellerie.
3- Que cherche la femme présente dans la vidéo ?
4- La femme fait la réserve pour combien de nuit ? Est-il possible de prolonger la réservation ?
5- Selon le réceptionniste, le tarif se varie-t-il entre le week-end et les autres jours de semaine ? Pour quelle raison ?
6- Comment la femme veut-elle payer ? Est-il possible ?
7- A quelle heure s'ouvrent le restaurant et le barre ?
8- La piscine et les chambres sont-elles chauffées ?
9- A quel étage se trouve la chambre réservée par la cliente ?
10- Quelle est l'heure du départ ?

3ème écoute : Restituer l'essentiel du texte sous forme d'un résumé contenant les mots clé, c'est-à-dire, la terminologie de l'hôtellerie et du tourisme.

Consigne : complétez le texte lacunaire ci-dessous par les termes et expressions donnés en désordre : ***chambre, tarif, lits, dialogue, argent, séjour, réservation, piscine, passeport, deux, hôtel, réceptionniste,***

Cette vidéo représente un ……..entre un …….. et une cliente qui veut réserver une chambre pour deux personnes (double) avec deux …….. La réserve est pour …… nuits, capable de se prolonger. Selon le réceptionniste le …….. se diffère le week-end que pendant la semaine. Pour confirmer la ……., l'homme demande le …… et la carte du crédit de la cliente qui demande de payer par …….. liquide. L'……..est équipé d'un restaurant, un bar, un ascenseur, une …….. chauffée et un jacuzzi. Tout l'établissement est fourni du wifi. La ……. de la femme se trouve au cinquième étage. Après avoir confirmé la réservation le réceptionniste souhaite à la femme un bon ……

Activités de langue :

Activité1 : Complétez avec des expressions comparatives.

1. Le train est _____ rapide _____ l'avion. 2. Elle est bilingue, elle parle

_____ bien l'allemand _____ le français. 3. A Paris, le musée Picasso est _____ visite _____ le musée du Louvre. 4. Les Français ne parlent pas _____ langues _____ les Suisses. 5. Aujourd'hui, les voyages sont _____ dangereux _____ dans le passe. 6. Les informations circulent _____ vite _____ au siècle dernier. 7. Les gens vivent _____ longtemps _____ avant.

Activité 2 :Réécrivez les énoncés ci-dessous en suivant le modèle

Ex. : Le Nil/fleuve/long/Afrique (+)

→ *Le Nil est le fleuve le plus long d'Afrique.*

1. Le Carlton/hôtel/bien situe/ville (+)
2. La Sicile/ile/intéressant/Méditerranée (+)
3. Bruxelles/destination/cher/brochure (–)
4. Mlle Amato/bon/guide/musée (+)

Activité 3 : Complétez avec *mieux, le mieux, meilleur, le meilleur*.

1. Dans ce club de vacances, c'est Arthur _____ animateur. 2. Dans ce club de vacances, c'est Arthur qui anime _____. 3. C'est _____ de visiter ce musée le matin. 4. En juin, le temps est _____ qu'en mai. 5. Selon moi, le Dom Pérignon est le champagne _____ du monde. 6. On produit le _____champagne en France. 7. Leur vin rouge est _____ que leur vin blanc. 8. C'est _____ de choisir une chambre avec vue sur le jardin. 9. Dans la brigade, c'est Eric Loiseau qui cuisine _____. 10. C'est l'Hôtel Métropole _____ hôtel de la ville.

Activité 4 : Trouvez la définition à chaque moyen d'hébergement.

1. Une _____ est un établissement régi par une association à but non lucratif. Elle offre aux usagers un hébergement et un service de restauration limite et/ou une cuisine individuelle de même que d'autres prestations, programmes et activités. Ces derniers sont principalement destinés aux jeunes dans un objectif éducatif et récréatif. Elle possède un double agrément Ministère de la Jeunesse et des Sports et Ministère de l'Education Nationale.

2. La _____est un établissement commercial d'hébergement classe, faisant l'objet d'une exploitation permanente ou saisonnière. Elle est constituée d'un Ensemble homogène de chambres ou d'appartements meubles, disposes en unités Collectives ou pavillonnaires, offert en location pour une occupation a la journée, à la semaine ou au mois a une clientèle touristique qui n'y ait pas domicile. Elle est dotée d'un minimum d'équipements et de services communs. Elle est gérée dans tous les cas

par une seule personne physique ou morale. _____ peut-être composée de natures d'hébergement variées : appartement, chambre, mobile home (type camping).

3. Est considéré comme _____ tout ensemble d'hébergement faisant l'objet d'une exploitation globale à caractère commercial ou non, destine à assurer des séjours de vacances et de loisirs, selon un prix forfaitaire comportant la fourniture de repas ou de moyens individuels pour les préparer et l'usage d'équipements collectifs permettant des activités de loisirs sportifs et culturels. Les _____ comprennent : des hébergements individuels ou collectifs et des locaux affectes a la gestion et aux services ; des installations communes destinées aux activités à caractère sportif et aux distractions collectives.

4. Les _____sont homologues par arrêté préfectoral. Ils sont classes de 1 à 4 étoiles, mention ≪ loisir ≫ ou ≪ tourisme ≫, des lors qu'ils comportent un emplacement loue au passage. Les conditions requises pour ce classement portent sur les équipements communs, les équipements sanitaires, l'accessibilité aux personnes handicapées.

5. L'_____est un établissement commercial d'hébergement classe qui offre des chambres ou des appartements meubles en location à une clientèle de passage (contre rétribution en argent) ou à une clientèle qui y effectue un séjour caractérisé par une location à la journée, a la semaine, ou au mois, mais qui, sauf exception, n'y ait pas domicile.

6. Les _____ sont des accueils collectifs avec hébergement pour les jeunes âgés de 4 à 17 ans lors de leurs congés scolaires, professionnels ou de leurs loisirs. Les groupes accueillis sont composes d'au minimum 12 enfants et/ou adolescents pour une durée supérieure à 5 nuits

7. Un _____est un bâtiment d'habitation destine à l'hébergement touristique des vacanciers généralement à la campagne.

- a. résidence de tourisme
- b. auberge de jeunesse
- c. hôtel de tourisme
- d. centres de vacances (ou colonies de vacances)
- e. campings-caravanings
- f. gite rural
- g. village de vacances

❖ **Séance 2 : Compréhension de l'écrit (2 heures) + (2heures moyens linguistiques)**

Public visé : les travailleurs dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme
La nature du document : Une lettre de plainte
Titre du document : une plainte
Compétence visée : La compréhension de l'écrit
Objectifs d'apprentissage : - *Motiver les apprenants à la lecture et la compréhension des documents propres au domaine de l'hôtellerie et du tourisme.* - *Identifier la situation de communication et ses éléments constructifs.* - *Repérer le champ lexical du thème.* - *Sélectionner les arguments qui justifient le point de vue du destinateur.* - *Restituer l'essentiel du texte sous forme de plan.* - *Identifier la visée communicative de cette lettre.*
Explication de l'activité : Proposer aux employés un support (lettre de plainte) à lire et à comprendre puis à analyser la compréhension du texte en leur proposant de différent**es** activités afin de maitriser la compétence de la compréhension du texte et de la synthèse.
Le support : Une plainte
M. Adrien Ronchon 14, rue Victor Hugo 75016 Paris Paris, le 2 février 2022 À Madame la Directrice de l'Hôtel Belleveue 22, Allée des Pins 06000 Nice Madame, Par la présente, je souhaite vous faire part de mon mécontentement vis à vis de mon séjour dans votre luxueux établissement. Tout d'abord, je voudrais me plaindre de la douche de notre chambre. En effet, durant cette première semaine, l'eau chaude n'a jamais fonctionné correctement. Nous avons donc pris des

douches froides !

Ensuite, la petite télévision ne marchait pas. Au début, elle était débranchée, puis nous nous sommes rendu compte qu'elle ne marchait qu'en allemand. Personne n'est venu la réparer !

Puis, nous sommes particulièrement déçus par rapport aux installations de l'hôtel. Nous avons choisi un grand complexe de quatre étoiles pour profiter de la belle piscine et du superbe gymnase. La piscine était vide et les serviettes de la salle de gym sentaient mauvais.

Enfin, chaque fois que nous nous sommes plaints auprès de la réception, aucun employé ne nous a écoutés. Personne ne nous a proposé son aide.

En conclusion, comme vous comprenez, ceci est un scandale honteux. Nous vous demandons un remboursement intégral du prix de ce long séjour.

Veuillez agréer l'expression de mes sentiments respectueux.

Monsieur Ronchon

Analyse du texte :

Compréhension du texte :

Activité 1 : Complétez à partir du texte le tableau d'énonciation ci-dessous :

Qui écrit ? (destinateur)	A qui ? (destinataire)	De quoi ? (thème)	Comment ? (la nature du document)	Pourquoi ? (la visée communicative)
…… ……	…….. ……..	…….. ……..	…….. ……..	…….. ……..

Activité 2 :

1- Ce texte est-il

a- Des remerciements

b- Une plainte

c- Une demande d'emploie

d- Un bilan

Choisissez la bonne réponse en la justifiant du texte

2- Relevez à partir du texte le cadre spatiotemporel de ce document

Temps : ……

Lieu : ……

3- Relevez à partir du texte six (06) expressions ou mots qui expriment « la plainte »

……

……

4- Le destinateur a utilisé une formule de salutation laquelle ?

……

5- A partir de cette lettre que cherche cette cliente ?

……

Activité 3 : Le destinateur utilise des arguments qui justifient son mécontentement, relevez-les du texte

Arguments 1 :……..…….

Arguments 2 :……

Arguments 3 :……

Arguments 4 : ……

Activité 4 : Classez les expressions suivantes dans la rubrique qui convient : Les serviettes de la salle de gym sentaient mauvais, la belle piscine, un grand complexe, la petite télévision ne marchait, du superbe gymnase, des douches froides.

Un lexique mélioratif	Un lexique péjoratif
……	……..
……	……..
…….....	……

Activité de synthèse :

1- Pour écrire une plainte, vous devez suivre un modèle. En prenant ce texte comme modèle, établissez le plan de ce texte

2- En tant que responsable d'un hôtel ou d'une agence touristique, vous devez

répondre à cette plainte pour satisfaire votre client. Rédigez une lettre qui répond au mécontentement de ce client.

Activités de langue :

Activité 1 : Complétez avec l'adjectif *tout, toute, tous, toutes.*

- 1. Le sauna est ouvert _____ les jours.
- 2. _____ nos chambres donnent sur le jardin.
- 3. _____ l'information est sur notre site.
- 4. Nous sommes complets _____ l'été.
- 5. La réceptionniste travaille _____ la journée.
- 6. Il y a de nouveaux groupes de touristes _____ les semaines.
- 7. L'accès à Internet est libre _____ le temps.

Activité 2 : Terminologie :

Lisez la page Internet qui présente un hôtel. Complétez le texte avec les mots suivants :

Centre-ville – confort – douche – hôtel – Internet – minibar – parking – personnel – quartier – salon de massage.

Notre hôtel est situé au _____ de Bordeaux, à deux pas du _____commercial. Toutes nos chambres sont équipées avec tout le _____ : salle de bain avec _____ et baignoire, toilettes, téléphone direct, téléviseur, _____, accès _____, etc.

Nous mettons à votre disposition un restaurant, un sauna, un _____, des salles équipées pour des réunions, un _____ ferme, un grand jardin et un bar, ouvert toute la nuit.

Vous cherchez un _____ avec des chambres spacieuses, calmes, confortables, avec un _____ serviable et souriant ? Notre hôtel est fait pour vous.

Activité 3 : **Lisez les descriptifs des hôtels et associez chaque énoncé à l'hôtel Correspondant.**

1. Hotel Bellevue

Situe dans la vieille ville, il offre une belle vue sur la cathédrale. 5 chambres simples avec douche. 15 chambres doubles avec salles de bain. A 5 min de la gare et des transports en commun. Nombreux cinémas et restaurants à proximité.

Profitez d'un accès à Internet gratuit.

Télévision – Bar – Restaurant – De 55 à 70 €. Ouvert d'avril à octobre.

2. Auberge du Lac

Hôtel de charme avec un joli jardin a 10 km du centre-ville. 20 chambres personnalisées. Facile d'accès en voiture. Parking prive. Sans restaurant. De 65 a
80 €. Ouvert toute l'année.

3. Domaine de Chambon

Etablissement moderne avec une décoration contemporaine. Grandes chambres équipées d'un bureau. Télévision par satellite et connexion a Internet.

Restaurant gastronomique. Tarif des chambres, petit déjeuner inclus : de 100 a
130 €. 1 € de taxe de séjour. Fermeture annuelle en février.

1. Il y a un métro ou un bus a cote de l'hôtel. N° …
2. L'hôtel est ferme un mois par an. N° …
3. L'hôtel se trouve dans la ville. N° …
4. On ne peut pas déjeuner dans cet hôtel. N° …
5. Il y a des loisirs faciles d'accès. N° …
6. Le petit déjeuner est compris dans le prix de la chambre. N° …

❖ **Séance 3 : Production orale (2 heures) + (2heures moyens linguistiques)**

Public visé : les travailleurs dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme
Support audiovisuel : Réserver une chambre d'hôtel (dialogue simulé)
Source de la vidéo : https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fyoutube.com
Compétence visée : La production orale
Objectifs d'apprentissage : - *Motiver les apprenants à prendre la parole* - *Amener l'apprenant à s'exprimer oralement.* - *Adapter ses propos à son auditoire.* - *Produire des phrases correctes au plan syntaxique.* - *Etablir le contact avec l'interlocuteur.* - *Utiliser la gestuelle, l'intonation, les interjections (en situation d'exposé)*
Explication de l'activité : Une vidéo simulée présente une situation de la communication de la réservation d'une chambre dans un hôtel, elle propose un vocabulaire de base que l'apprenant peut enrichir et modifier avec son professeur en imitant la vidéo par le jeu de rôle.
Activité 1 :

Consigne : En simulant la vidéo, essayez de jouer en binôme la conversation entre un client et un réceptionniste pour réserver une chambre dans un hôtel. Vous pouvez faire des modifications et avoir des ajouts.

Activité 2 :

Consigne : En imaginant un cas de non satisfaction d'un client lors d'un séjour au niveau de votre établissement. Préparez votre dialogue pour répondre aux répliques (plainte) du client en se servant des notes ci-après :

- **Ecouter** : *je comprends monsieur, vous faites bien de nous le signaler, …*
- **Demander les raisons de mécontentement avec politesse**.
- **L'enquête :***Promettre de faire une enquête.*
- **Proposer des solutions** : *Est-ce que cela vous convient ?, voilà la solution que je peux vous proposer…*
- **Les récompenses** : *Proposer des services gratuits, ne pas payer quelques nuits…*
- **Les formules des excuses :***Veuillez nous excuser, je suis désolé …*
- **Conclure :***Je m'en occupe personnellement, je règle ce problème…*
- *La gestuelle, les sourires, la tonalité, les mimiques….*

Le client : j'ai séjourné dans votre hôtel durant une semaine. Je tenais à vous signaler mon mécontentement quant au déroulement de ce séjour.

Le réceptionniste : ……

Le client : j'ai pu constater un laisser-aller au niveau de votre personnel. Le ménage de ma chambre n'a été effectué qu'une seule fois en sept jours. Quelques effets personnels ont été volés.

Le réceptionniste :…….

Le client : Je pense qu'il est de votre devoir de remédier à ce manquement à la règle.

Le réceptionniste : ……

Le client : votre établissement se doit de maintenir un certain niveau de services. Ces évènements, même minimes, ne sauraient être tolérés au sein d'un quatre étoiles.

Le réceptionniste :……

Le client : Il faut prendre les mesures nécessaires avec tout mon respect.

Le réceptionniste : ……

Le client : Merci pour l'accord de votre attention, et d'être compréhensif.

Le réceptionniste :……

Le client : Je resterais toujours fidèle à votre établissement tant que vous prenez en

considération des soucis.

Le réceptionniste :……

Activités de langue :

Activité 1 : Situation formelle ou informelle ? Cochez la bonne réponse.

1. Vous êtes à la mairie pour des formalités administratives. Vous dites :

□ Bonjour.

□ Bonjour, Madame / Monsieur.

□ Tu peux m'aider ?

2. Vous envoyez un courrier à France Telecom. Vous écrivez :

□ Madame, Monsieur, ...

□ Bonjour, Monsieur.

□ Salut, les amis !

3. Vous téléphonez a un(e) ami(e)/ Une autre personne réponds : ≪ Un instant, s'il vous plait. ≫ Cela signifie :

□ Votre ami n'est pas là.

□ Votre ami est là.

□ Votre ami est là, mais il faut attendre.

4. Vous téléphonez à votre ami Christophe. Vous dites :

□ Allo ?

□ Salut Christophe. C'est Sofia.

□ Bonjour, c'est Sofia. Je voudrais parler a monsieur Veron.

5. Vous allez au cinéma avec un(e) ami(e). Pour fixer le rendez-vous, vous lui dites :

□ Je vous attends à huit heures devant le cinéma.

□ A 19 h 45 devant le cinéma, cela vous va ?

□ A huit heures moins le quart devant le cinéma, d'accord ?

Activité 2 : Lisez le courriel et faites correspondre chaque phrase ci-dessous avec la partie numérotée qui convient.

(a) Je remercie : ≪ Merci d'avance / de votre aide / de votre réponse / de votre attention. ≫

(b) Je termine avec une formule de politesse (formelle, neutre ou amicale) adaptée a La situation : ≪ A bientôt ≫, ≪ Bonne journée ≫, ≪ Bonne semaine ≫.

(c) Je commence par une situation (formelle, neutre ou amicale). On peut personnaliser : ≪ Bonjour monsieur ≫ ou ≪ Bonjour madame ≫ ou ≪ Bonjour M.

Dupont ≫ ou ≪ Bonjour Stéphane ≫.

(d) Je signe avec mon nom complet, le nom de ma société, ma fonction et mes coordonnées (pas pour un collègue).

(e) J'indique de manière claire et précise la raison de mon message.

Activité 3 :Complétez avec les définitions manquantes.

Groom – portier – bagagiste – voiturier – chasseur – liftier – aisance.

Les métiers du hall

Véritable bataillon place sous l'autorité du concierge, le personnel du hall est chargé de rendre au client les services les plus variés : garer les voitures, ouvrir les portes, appeler les taxis, l'ascenseur .....

Le _____ est le coursier, le ≪messager≫ du hall. C'est un emploi ne demandant aucun diplôme, mais une bonne présentation, un certain dynamisme et de la débrouillardise. Les mêmes qualités sont demandées au _____charge de toutes les courses à l'extérieur pour les clients : un emploi réserve souvent à d'anciens grooms gravissant un échelon dans la profession. Aucune qualification n'est requise, mais la pratique de l'anglais est souhaitable.

Pour celui qui manquera d' _____ nécessaire dans le maniement des langues, d'autres petits métiers restent possibles : _____ (ouvrir les portes, appeler les taxis) _____ (garer les voitures, les conduire au garage) _____ (porter les bagages et faire visiter les chambres) _____ (actionner les ascenseurs).

Voituriers, bagagistes et chasseurs gagent bien leur vie, grâce aux pourboires souvent conséquents qui s'ajoutent à leur salaire.

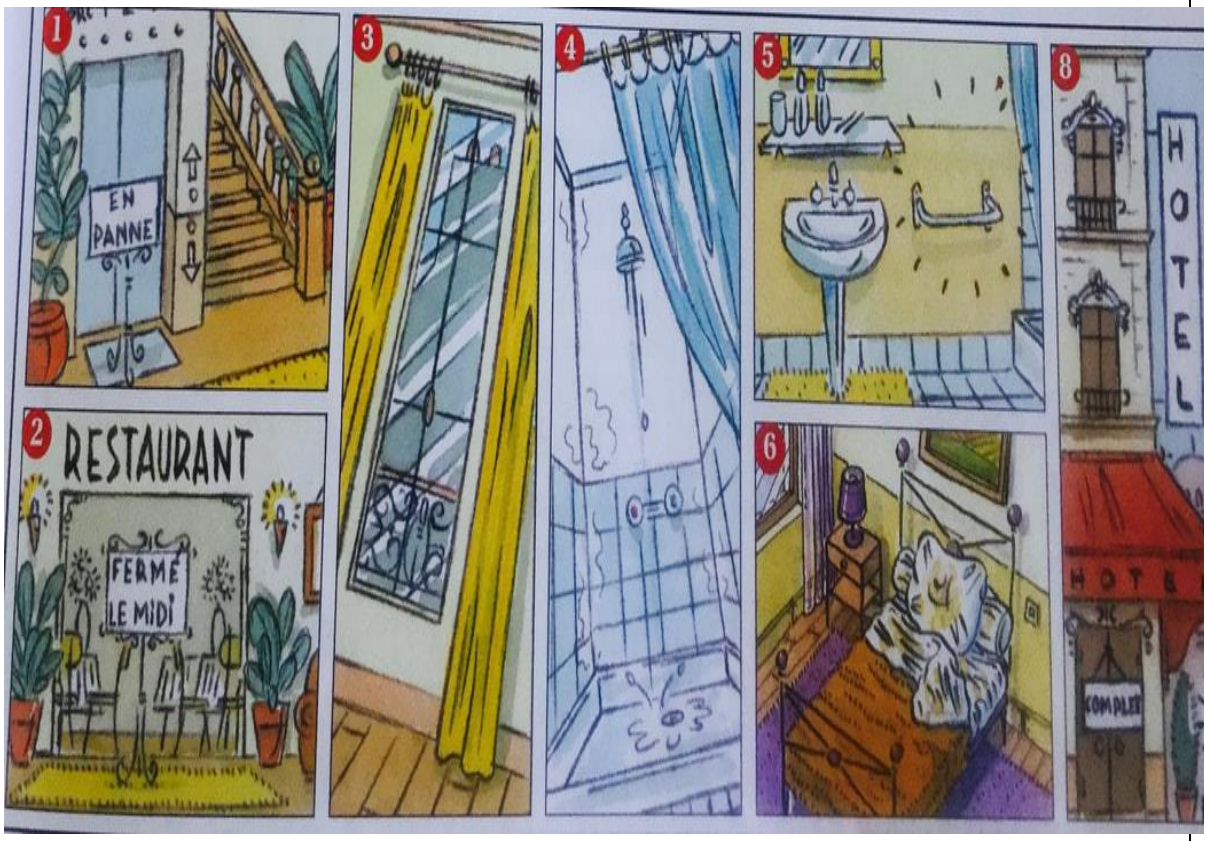
❖ **Séance 4 :Production écrite atelier d'écriture, autoévaluation (2 heures) + (2heures moyens linguistiques)**

Public visé : Les travailleurs dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme
La nature du document : Illustration
Titre du document : TOUS CES PROBLÈMES À L'HÔTEL !
Compétence visée : La production écrite
Objectifs d'apprentissage : - *Motiver les apprenants à la rédaction.* - *Maitriser la technique de la lettre de plainte.* - *Suivre les étapes de la plainte.*

Explication de l'activité : Elle est organisée sous forme des ateliers d'écriture où les apprenant sont appelés à rédiger des textes à partir des illustrations ou à rédiger en suivant une des techniques d'écriture (le compte rendu par exemple)

Activité 1 :

Moyen pédagogique : Des illustrations iconiques



Consigne 1 : **Associe ces phrases aux différentes images ! Attention, il y a plus de phrases que d'images !**

a)La chambre était sale.

b) Les draps étaient sales.

c) L'armoire sentait mauvais.

d) L'hôtel ne faisait pas pension complète, seulement la demi-pension.

e) Le petit déjeuner était froid.

f) Il n'y avait pas assez des serviettes.

g) La douche ne marchait pas bien.

h) L'ascenseur était toujours en panne.

i) La chambre n'avait pas de vue.

j) C'était trop bruyant.

k) On avait réservé mais l'hôtel était complet !

Consigne 2 : Vous êtes un client non satisfait d'une agence touristique, suite d'un séjour au niveau d'un hôtel. En se basant des illustrations et des notes après, rédigez une plainte à mettre à la disposition du directeur de l'agence touristique et à la disposition du directeur de l'hôtel.

La grille d'auto-évaluation :

Les critères de réussite	Oui	Non
1- J'ai respecté les caractéristiques d'une lettre de plainte. 2- J'ai mentionné Le nom et l'adresse du destinataire. 3- J'ai utilisé une formule d'ouverture au début de mon texte, et une formule de salutation à la fin de la lettre. 4- J'ai organisé mon texte en paragraphes précédés d'alinéa. 5- J'ai utilisé un lexique péjoratif qui exprime mon mécontentement. 6- J'ai exprimé mon point de vue, et je l'ai justifié par des arguments (les causes de mon mécontentement) 7- J'ai utilisé un lexique propre au domaine de l'hôtellerie et du tourisme. 8- J'ai soigné mon orthographe, ma conjugaison et ma ponctuation.		

Activités de langue :

Activité 1 : Complétez les SMS avec les formes correctes du verbe *partir*.

- Nous _____ au Mexique jeudi. Jean
- Je _____ au Danemark avec toi. Fabrice
- Vous _____ en Tunisie quand ? Joël
- Les commerciaux _____ au Brésil en mai. Valérie

- Tu _____ à Madagascar pour les vacances ? Vincent
- Le train _____ à quelle heure ? Stéphanie
- Mme Mignote _____ en mission au Vietnam. Christian

Activité 2 : L'accord des adjectifs. Trouvez l'adjectif qui convient, classez- les.

- 1. La standardiste est beau / belle/ beaux / belles.
- 2. Le groom est jeune / jeunes.
- 3. La directrice est intelligent / intelligente / intelligents / intelligentes.
- 4. Les femmes de chambres sont gentil / gentille / gentils / gentilles.
- 5. Les portiers sont sympathique / sympathiques.
- 6. Le réceptionniste est accueillant /accueillante / accueillants / accueillantes.
- 7. La comptable est joli / jolie / jolis / jolies.
- 8. Les serveuses sont souriant / souriante / souriants / souriantes.
- 9. Le maitre d'hôtel est élégant / élégante / élégants / élégantes.
- 10. Le chef cuisinier est compétent / compétente / compétents / compétentes.
- 11. Le barman est agréable / agréables.
- 12. Alors, les clients sont content / contente / contents / contentes.

activité 3 : Complétez avec les verbes donnés en désordre

Sert – prend - nettoie – conseille – s'occupe – assure – informe – fait – est charge de – surveille – demande – prend en charge – souhaite – se tient – effectue – présente.

1. Le garçon _____ les commandes, _____ les boissons et les plats, encaisse.
2. Le concierge d'hôtel _____ l'accueil de la clientèle, lui _____ la bienvenue et l' _____ sur les conditions de son séjour.
3. Dans un bon restaurant, le sommelier _____ la carte des vins aux clients et les _____ sur les mieux appropries aux menus commandes.
4. Le réceptionniste aide les clients mais il aussi _____ des réservations.
5. Dans un restaurant, le maitre d'hôtel _____ l'accueil et du service.
6. Une gouvernante _____ la propreté d'un hôtel mais _____ en contact avec les clients
7. C'est la femme de chambre qui _____ les chambres et les couloirs d'étages.
8. Le bagagiste _____ dans le hall à l'arrivée du client. Il _____les bagages. Puis il accompagne le client au bureau de réception, attend la désignation de la chambre et prend la clé à la conciergerie.
9. Le chasseur _____ des courses et démarches à l'extérieur de l'hôtel : achats,

courriers à expédier, démarches bancaires, réservations de places d'avion, de train, de théâtre ...

10. En plus de sa fonction d'accueil et d'information, le réceptionniste_____ des tâches administratives : la gestion, les réservations et l'enregistrement des arrivées et des départs.

❖ **Séance 5 : Production écrite (préparation à l'écrit)**

Public visé : Les travailleurs dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme
La nature du document : des documents authentiques
Compétence visée : Préparation à l'écrit
Objectifs d'apprentissage : - *Motiver les apprenants à la rédaction.* - *S'entrainer à l'écrit.* - *Rédiger une fiche de réservation à partir d'un texte.* - *Utiliser le lexique de l'hôtellerie.* -
Explication de l'activité : Elle est organisée sous forme d'activités d'écriture où les apprenant sont appelés à restituer un texte sous forme d'une fiche de réservation en suivant une des techniques d'écriture.
Consigne1 : Une cliente se présente à la réception de l'hôtel. Lisez le dialogue et remplissez la fiche de réservation suivante. - Bonjour, madame, que puis-je faire pour vous ? - Bonjour, est-ce que vous avez une chambre libre ? - Quel type de chambre voulez-vous, madame ? - Une chambre pour une personne. - Une chambre simple alors. Pour combien de nuit ? - Pour trois nuits, à partir d'aujourd'hui. - Nous sommes le 12 juin. Du 12 au 15 juin, donc. Alors, voyons... il n'y a pas de Problème, madame. - Et c'est combien ? - 90 euros la nuit, petit déjeuner compris. - 90 euros ! Oh la la ! C'est cher. Est-ce qu'il y a une baignoire dans les

Chambres ?

- Bien sûr, madame, il y a une baignoire dans toutes nos chambres.

- Et est-ce qu'il y a une piscine ?

- Une piscine ? Ah, je suis désolé, madame, il n'y a pas de piscine dans l'hôtel. Mais il y a une piscine olympique de l'autre cote de la rue, juste en face.

- Ah très bien, je prends la chambre.

- Entendu, madame, avez-vous une pièce d'identité ?

- Oui, attendez, voilà mon passeport.

- Merci.

Fiche de réservation :

Nom du client : _____ Prénom du client :_____

Date d'arrivée : le_____ Date de départ : le_____

Nombre de nuits : _____

Nombre de chambre : - simple : _____ - double : _____

- _____ avec un grand lit - _____ avec deux lits jumeaux

Nombre d'adultes : _____ Nombre d'enfants : _____

Tarif : _____

<u>Consigne 2 :</u> Lisez le guide des hôtels. Choisissez le numéro de l'hôtel pour chaque énoncé.

1. Hôtel de la Poste

Facile d'accès par les transports en commun. 5 chambres simples avec douche, 25 chambres doubles avec salle de bains. Décoration moderne. Télévision.

□Bar.□ Restaurant. □ Connexion Internet. ***www***

De 45 à 68 euros. Ouvert d'avril à octobre.

2. Touring Hôtel

Hôtel situe, à 400 mètres du Palais des congres et a 15 min. de la gare. 45 petites chambres tout confort, équipées de mobilier contemporain. Sans restaurant.

De 62 à 75 euros. Ouvert toute l'année.

3. Hostellerie de la Foret

A 20 km du centre-ville. Facile d'accès en voiture. 30 chambres personnalisées. Hôtel de charme. Restaurant. Parking prive.

De 85 à 105 euros. Fermeture annuelle en février.

a. Il y a un bus ou un métro à proximité : n°...

b. Il n'est pas possible de déjeuner : n°...

c. Vous pouvez trouver une chambre à 50 euros : n°...

d. L'hôtel est ferme un mois par an : n°...

e. L'hôtel ne se trouve pas dans la ville : n°...

Activités de langue :

Activité 1 : Complétez les affichages avec la forme correcte : nouveau / nouvel / nouvelle / nouveaux / nouvelles.

- 1. _____ adresse de l'hôtel : 11, rue Chopin.
- 2. _____ horaires d'ouverture : 10 h – 19 h.
- 3. _____ ligne de bus N° 321.
- 4. _____ hôtel à cote de chez vous.
- 5. _____services personnalises dans votre banque.
- 6. _____ numéro de téléphone 11 82 18 79 56.
- 7. _____ dates de réunion : 23 et 24 avril.
- 8. _____station de métro en 2014.

Activité 2 : Terminologie Choisissez la bonne réponse.

1. ≪ Je tiens les cordons de la bourse, vérifie toutes les dépenses, tiens les stocks a jour, organise l'approvisionnement des services en fournitures souhaitées, depuis les draps jusqu'aux produits d'entretiens. ≫

a) réceptionniste c) maitre d'hôtel b) économe d) gouvernante

2. ≪ Je suis charge d'assurer que tout soit propre dans les chambres et dans les couloirs de mon étage. Lorsque les clients quittent une chambre, il faut tout nettoyer, refaire les lits, ranger … ≫

a) réceptionniste c) directeur d'hôtel b) économe d) employé d'étage

3. ≪ S'il n'a y pas de réceptionniste, c'est moi qui reçoit les clients. Ma mission consiste surtout à les aider, à les renseigner, à m'occuper d'eux. Je sais tout sur l'hôtel et sur la ville, et je suis très discret. ≫

a) concierge c) directeur d'hôtel b) économe d) employé d'étage

4. ≪ Draps, serviettes, rideaux, tout cela doit être impeccable et je m'y occupe. ≫

a) concierge c) lingère b) économe d) employé d'étage

5. ≪ C'est moi qui décide des services qui seront proposés aux clients, en fonction du type d'établissement dont je suis responsable. J'organise et contrôle le fonctionnement de l'hôtel. Je mets tout en œuvre pour réaliser les objectifs commerciaux qui ont été déterminés. Quelquefois, je m'occupe aussi de la vente aux clients. ≫

a) concierge c) directeur d'hôtel b) économe d) employé d'étage

6. ≪ S'il n'y a pas de concierge dans l'hôtel, j'accueille le client, lui donne les clés, lui fournis des renseignements, lui présente sa note, etc. ≫

a) maitre d'hôtel c) directeur d'hôtel b) réceptionniste d) employé d'étage

7. ≪ J'ai l'entière responsabilité de toutes les chambres de l'hôtel : linge, propreté, fleurs, etc… Je suis en contact avec les clients, surtout ceux qui ne sont pas satisfaits !

Je fais souvent le point avec la direction, pour assurer les meilleures prestations possibles. ≫

a) maitre d'hôtel c) directeur d'hôtel b) gouvernante d) employé d'étage

8. ≪ On m'appelle aussi "chasseur". Les clients ont besoin de quelque chose ? Je suis à leur disposition et, dans certains cas, je fais des courses pour eux. ≫

a) employé du hall c) directeur d'hôtel b) gouvernante d) employé d'étage

9. ≪ J'accueille les clients, leur désigne une table, leur conseille un menu, et veille à ce que le service soit efficace. ≫

a) maitre d'hôtel c) directeur d'hôtel b) gouvernante d) employé du hall

10. ≪ Que désirez-vous ? Une bière ? Un café ? En terrasse ? Au comptoir ? Vous préférez une blonde ou une brune ? On m'appelle aussi ≪ Garçon ! ≫

a) concierge c) barman b) gouvernante d) employé du hall

1.2.2. Séquence 2 : Le tourisme (compréhension, expression, terminologie et moyens linguistiques)

❖ **Séance 1 : Compréhension de l'oral (2 heures) + (2heures moyens linguistiques)**

Public visé : Les travailleurs dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme
Support audiovisuel : Réserver et confirmer une réservation
Source de la vidéo : www.nouvelle-frntiers.fr
Compétence visée : La compréhension de l'oral
Objectifs d'apprentissage : - *Motiver l'écoute chez les apprenants* *- Exploitation des informations données avant écoute pour émettre des hypothèses de sens sur le contenu du message oral.* *- Développer l'écoute chez les apprenants et les encourager à la prise de notes.* *- Identifier les éléments de la situation de communication et d'énonciation.* *- Identifier les différents termes et expression propres aux champs lexicaux existants dans le dialogue.* *-Complétez un butin d'inscription à partir d'un texte écouté.*
Explication de l'activité : La séance de la compréhension de l'oral nécessite la présence des moyens pédagogiques comme le data-Chow**.** On fait regarder la vidéo aux apprenants, puis, on donne le questionnaire à compléter ce qui nécessite la technique de la prise de notes et la compréhension globale et détaillée de la vidéo.
Pré-écoute : Exposer la vidéo ou la lire la transcription écrite et demander aux apprenants d'émettre des hypothèses sur le contenu de la vidéo (texte transcrit).

Transcription du texte :

C : Client

T : Agent de comptoir

T : Bonjour monsieur. Asseyez-vous, je vous en prie. Que puis-je faire pour vous ?

C : Bonjour, nous sommes venus la semaine dernière avec ma femme pour le circuit St-Laurent au Canada et je désire faire une réservation.

T : Oui, bien sûr. Je vais prendre un bulletin d'inscription. Voilà…Nous sommes donc aujourd'hui mardi le 16 février. Je peux avoir votre nom ?

C : Cordier

T : C.O.R.D.I.E.R. ?

C : Oui

T : Votre prénom ?

C : Alain

T : Votre adresse ?

C : 3 rue de la ville.69003 Lyon.

T : 3 rue de la ville. Code postal 69003 Lyon. Qui sont les voyageurs ?

C : Ma femme et moi.

T : 2 adultes donc. Premier voyageur Cordier Alain. Je peux avoir le nom de votre femme ?

C : Oui bien sûr : Cordier Isabelle.

T : La destination est donc le Canada. La référence Circuit St-Laurent. Il s'agit donc d'un vol régulier…d'un circuit. Vous souhaitez un départ à quelle date ?

C : Le départ pour le 2 juin et le retour le 16 juin.

T : Départ de Paris pour Montréal le 2juin ; Retour de Montréal por Paris le 16 juin.

C :Oui tout à fait.

T : Pour l'hébergement, vous désirez une chambre pour 2 personnes ?

C : Oui, une chambre pour 2. En pension complète n'est-ce pas ?

T : Oui ce circuit est en pension complète.

Alors…pour le prix : 2circuits à 300 E, cela fait 6000^{E}

Vous désirez l'assurance annulation ?

C : Oui pour les deux personnes.

T : Donc 2 assurances annulation à 20^{E}, cela fait 400^{E}. Le totale du voyage est donc de 6400^{E}

C : 6400^{E} … oui c'est cela

T : Vous réglez comment ?

C : par chèque. Et je règle tout aujourd'hui.

T : Bien sûr monsieur, un règlement total. vous êtes tous les deux français ?

C : Oui oui

T : Vous avez un passeport valide n'est-ce pas ?

C : Oui

T : Voilà, le bulletin est complet. Je vais vous adresser par adresse par courrier une confirmation de votre réservation. Merci beaucoup monsieur et je vous souhaite un bon séjour au Canada.

C : Merci beaucoup. Au revoir.

1ère écoute : Identifiez la situation d'énonciation de la vidéo

Consigne : A partir de la vidéo présentée, complétez le tableau d'énonciation ci-dessous :

Qui parle ?	**A qui ?**	**De quoi ?**	**Comment ?**	**Pourquoi ?**

2ème écoute : Après avoir entendre le dialogue entre le voyagiste et le client pour la deuxième fois, vous allez compléter le bulletin d'inscription avec les informations que vous aurez entendues.

N° Bulletin: 4587 Date:…….	Nom:…….. Prénom:…….. Adresse :……. Code postal :……... Ville :……..
Voyageurs : 1……... 4. …… 2. ……. 5. …… 3. ……. 6. ……	Adultes:……. Enfants:……. Ages: ……..
Transport : a-Sans b-Fer c-Vol régulier d-Vol spécial	Voyage : a-Vol sec b-Séjour c-circuit
Destination: ……. Reference produit :…….	

Départ de:……. Le:……. Pour:……..	
Retour de:……. Le:……. Pour:…….	
Hébergement :	a-Logement seul
……..chambres……..personnes…….	b-Logement + petit déjeuner
……..chambres……..personnes…….	c-Demi-pension
……..chambres……..personnes…….	d-Pension complète
Prix:…….	
Présentation prix unitaire	Nombre prix total
…… ……	……. ……
Taxes: ……	……. ……
Assurance annulation ……...	……. ……
	Total: ……...
Règlement:	**Règlement total**
a-Chèque	Acompte……. Le……..
b-Carte bancaire	Solde……... Le……..
c-Espèces	
Formalité:	
Nationalité: française Autre:……..	
Police: Carte d'identité valide passeport valide CNI moins de 10 ans	
Demande de de réservation après du fournisseur mais non confirmer à ce jour par ce dernier. Le présent bulletin sera caduc en l'absence de confirmation du fournisseur dans les 5 jours. L'acompte verse sera alors remboursé sans délai.	
Je soussigné (e) (nom, prénom)……agissant pour moi-même et/ou par le compte des autres personnes inscrites, certifie avoir pris connaissance des conditions générales de vente. Lu et approuvé date……. Signature	

3ème écoute : A l'aide des informations donnés dans le dialogue entre le voyagiste et le client, répondez aux questions suivantes

1- Que doit faire le voyagiste après son entretien avec son client ?
2- A quelle date au plus tard ?

Activités de langue :

Activité 1 : Des clients donnent leur opinion sur des hôtels pour un guide touristique.

Lisez les énoncés et dites de quoi ils parlent. Cochez dans la bonne colonne.

1. Elles sont grandes et vraiment confortables avec une belle salle de bains.
2. Il n'y a pas de parking prive. Je trouve que ce n'est pas pratique.
3. Il y a beaucoup de bruit parce que l'hôtel est en plein centre-ville.
4. L'hôtel est dans un parc et la vue de la chambre est magnifique.
5. Je trouve que le restaurant est très agréable et très bon décore.
6. Le personnel est très aimable avec les clients, et la réceptionniste est Charmante.

Personne	**La situation de l'hôtel**	**L'accueil**	**Les chambres**	**Les prestations**
1				
2				
3				
4				
5				
6				

❖ **<u>Séance 2 :</u> Production orale (2 heures) + (2heures moyens linguistiques)**

Public visé : les travailleurs dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme
Support audiovisuel : Partir en vacances (dialogue simulé)
Source de la vidéo : https://youtube.com/watch?v=E5NRP_IwN-fature=shared
Compétence visée : La production orale
Objectifs d'apprentissage : - *Motiver les apprenants à prendre la parole* - *Amener l'apprenant à s'exprimer oralement.* - *Adapter ses propos à son auditoire.* - *Produire des phrases correctes au plan syntaxique.* - *Etablir le contact avec l'interlocuteur.*

- *Utiliser la gestuelle, l'intonation, les interjections (en situation d'exposé)*

Explication de l'activité : Une vidéo simulée présente une situation de la communication entre une cliente qui a 850euros qui veut faire un voyage donc elle va dans une agence de voyage pour demander des précisions (moyens de transport, température locale, jour de départ…). Cette vidéo propose un vocabulaire de base que l'apprenant peut enrichir et modifier avec son professeur en imitant la vidéo par le jeu de rôle.

Consigne 1 : Vous imitez ce dialogue en jouant en binôme la même scène, ou en suivant la vidéo dans son déroulement.

Consigne 2 : En tant qu'un employé vous êtes appelé à réaliser une vidéo publicitaire d'une agence touristique en Algérie qui organise un voyage à Ghardaïa. En se basant sur les notes ci-après présentez oralement votre annonce publicitaire.

Séjour à Ghardaïa :

- Réservez et voyager en toute confiance.
- Le mois de mars durant 15 jours
- Voyage organisé.
- La visite de 5 oasis inscrits au patrimoine mondial de l'Unesco.
- Par avion (billet d'avion pas cher), départ Alger.
- Un voyage en Demi-pension, des chambres individuelles, doubles …
- Annulation gratuite pour certains hôtels.
- Visite de la vallée de Mzab, La grande mosquée de Ghardaïa, Le marché Rahba, Mausolée de Cheikh Baba-Oueldjemma, Mausolée de Cheikh Ammi Said….
- Les hôtels disponibles : hôtel M'zab, Eljawhara hôtel, hôtel Belveder…
- Des guides touristiques compétents .
- Un transport commun (un bus climatisé) …
- Visite aux bains naturels relaxants : Zelfana (les bains de jouvence)
- Des galas organisés par des artistes connus.

Activités de langue :

Activité1 : Complétez le texte suivant par (de/à/en)

Je suis touriste.

Je viens……Caen …….France.

Je suis …….l'hôtel Ephèse ,…….Adana..

C'est la première fois que je viens ……Turquie et cela me plait beaucoup. Demain,

je vais ……Istanbul, puis je rentre ……France.

Activité 2 : Indiquez la distance par la route qui sépare les villes suivantes :

Exemple :

Paris/Lyon : 481 Km

Paris **est à** 481Kilomètres **de** Lyon.

Il y a 481 Kilomètres **de** Paris **à** Lyon.

1- Amsterdam/ Marseille : 1323 km
2- Venise/Lyon : 789 km
3- Paris/Strasbourg : 456 km
4- Vienne/Bruxelles : 1134 km
5- Madrid/Genève : 1386 km
6- Naples/Luxembourg : 1622 km
7- Copenhague/Marseille : 1914 km
8- Nice/Lyon : 444 km
9- Kiel/Paris : 977 km
10- Prague/Paris : 1094 km

❖ **Séance 3 : Compréhension de l'écrit (2 heures) + (2heures moyens linguistiques)**

Public visé : les travailleurs dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme
La nature du document : un dialogue dans une agence touristique
Titre du document : un dialogue entre une cliente et un conseillé d'une agence touristique.
Compétence visée : La compréhension de l'écrit
Objectifs d'apprentissage : - *Motiver les apprenants à la lecture et la compréhension des documents propres au domaine de l'hôtellerie et du tourisme.* - *Identifier la situation de communication et ses éléments constructifs.* - *Restituer l'essentiel du texte sous forme d'in résumé.*
Explication de l'activité : Proposer aux employés un support (un dialogue entre une cliente et un conseillé d'une agence touristique) à lire et à comprendre puis à analyser la compréhension du texte en leur proposant de différent**es** questions à choix multiples afin de maitriser la compétence de la compréhension du texte et de

la synthèse.

Le support : Un dialogue dans une agence touristique

Texte :

– Bonjour Monsieur !

– Bonjour Madame ! Je viens d'arriver à Paris. Je suis ici pour trois jours, qu'est-ce que vous me conseillez de faire ?

– Trois jours ! Voyons voir… Trois jours pour visiter Paris, c'est peu !

– Oui, je sais mais je dois repartir en Belgique vendredi.

– Aujourd'hui, vous pouvez visiter la tour Eiffel et les Champs-Élysées, déjeuner dans un restaurant près de l'arc de triomphe puis visiter les Invalides par exemple.

– Très bien et demain ?

– Je vous conseille d'aller voir le Quartier latin et Montmartre et vous pourrez visiter le Sacré-Cœur. Le jour suivant, vous pouvez visiter le château de Versailles c'est vraiment extraordinaire !

– Parfait ! Et pour faire des courses, des achats, où sont les boutiques ?

– Juste à côté ! Prenez à gauche en sortant de l'office de tourisme, puis continuez tout droit rue de la Paix et vous verrez les magasins.

– Merci. Et pour me déplacer ? Je n'ai pas de voiture.

– Je vous conseille le métro c'est le plus pratique mais vous pouvez aussi utiliser le bus, les taxis et même le RER si vous allez un peu loin.

– Vous avez un plan de métro ?

– Oui, bien sûr, tenez. Pour aller jusqu'à la tour Eiffel, prenez le métro à cette station et descendez ici.

– Merci beaucoup Madame.

– Et vous avez déjà un hôtel ?

– Oui, oui, je loge à l'hôtel de la Loire, c'est tout près d'ici.

– Ah, oui, il est très bien. Eh bien, bon séjour à Paris !

– Merci ! Au revoir !

Consigne 1 : choisissez la bonne réponse pour les énoncés ci-dessous (en soulignant)

1) L'homme est à Paris pour…

o un jour. o deux jours. o trois jours.

2) La femme conseille à l'homme de visiter le Sacré-Cœur.

o Vrai. o Faux. o On ne sait pas.

3) La femme conseille à l'homme de visiter Montparnasse.

o Vrai. o Faux. o On ne sait pas.

4) La femme conseille à l'homme de visiter les Champs-Élysées.

o Vrai. o Faux. o On ne sait pas.

5) La femme n'a plus de plan de Métro.

o Vrai. o Faux. o On ne sait pas.

6) L'homme va dormir dans un hôtel près de l'office de tourisme.

o Vrai. o Faux. o On ne sait pas.

7) D'après la dame, le métro est le moyen de transport le plus pratique.

o Vrai. o Faux. o On ne sait pas.

8) L'homme est belge.

o Vrai. o Faux. o On ne sait pas.

Consigne 2: Résumez le contenu de ce texte en sept lignes.

Activités de langue :

Activité 1 : Léa téléphone à son ami Thomas. Ils ont rendez-vous à la préfecture pour leur carte de séjour. Lisez leur dialogue et cochez les bonnes réponses.

Thomas : Oui, allo ?

Léa : Bonjour, Thomas. C'est Léa. Comment vas-tu ?

Thomas : Ça va, ça va, merci... Et toi ?

Léa : Très bien ! Je t'appelle parce qu'on a rendez-vous à la préfecture pour la carte de séjour aujourd'hui. Tu te souviens ?

Thomas : Oui... non... Ah oui ! C'est vrai ! Aujourd'hui, c'est le 10 juillet ! On a Rendez-vous à quelle heure déjà ?

Léa : A quatre heures moins le quart.

Thomas : De l'après-midi ?

Léa : Oui, voyons !

Thomas : Et où ?

Léa : Au 77, avenue de la République. Alors, à trois heures et demie devant l'entrée ?

Thomas : D'accord, a trois heures et demie. Mais laisse-moi ton numéro de portable, si j'ai un problème...

Léa : Oui, bien sûr. C'est le 06 29 43 67 09. A tout a l'heure, Thomas !

Thomas : A tout à l'heure, Léa, et merci pour ton appel !

1. Ou est-ce que Léa et Thomas ont rendez-vous ?

□ À la mairie □ à la préfecture

2. Et pour quoi faire ?

□ pour avoir leur carte de séjour □ pour payer une amende

3. Quelle est l'heure du rendez-vous ?

□ 15 h 45 □ 16 h 15

4. A quelle heure se retrouvent Léa et Thomas devant la préfecture ?

□ 15 h 15 □ 15 h 30

5. Quel est le numéro de téléphone de Léa ?

□ Zéro six / vingt-neuf / quatre-vingt-neuf / soixante-treize / vingt-huit

□ Zéro six / vingt-neuf / quarante-trois / soixante-sept / zéro neuf

Activité 2 : Terminologie :

Complétez avec les mots et expressions donnes ci-dessous.

Plage - parasol – vagues - glace - sable - boue - bord de la mer - serviette de bain - seau - crème solaire - châteaux de sable – gouté.

J'aime vraiment passer mes vacances d'été au _____. Quand le temps est beau, nous allons toujours nous baigner. Sur notre _____ préférée, le _____ est très fin. Il n'y a pas de galets. Papa ouvre le _____ pour nous protéger du soleil et Maman nous met de la _____ afin que nous ne prenions pas de coups de soleil.

Nous avons chacun une grande _____ pour nous allonger confortablement. Mon petit frère emmène toujours son _____ et sa pelle. Avec Papa, nous construisons de grands _____. Parfois, les _____sont plus hautes que ma petite sœur.

Comme elle ne sait pas bien nager, elle prend toujours sa _____. Quand nous sortons de l'eau, nous dégustons notre _____. Ensuite, maman nous achète une grande _____ . C'est vraiment formidable !

❖ **<u>Séance 4</u> : Production écrite atelier d'écriture, autoévaluation (2 heures) + (2heures moyens linguistiques)**

Public visé : Les travailleurs dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme
La nature du document : Un dialogue
Titre du document : *À l'Agence de Voyages*
Compétence visée : La production écrite
Objectifs d'apprentissage : - *Motiver les apprenants à la rédaction.* - *Maitriser la technique de la lettre de confirmation de la réservation.* - *Suivre les étapes de la lettre selon un modèle-type..*
Explication de l'activité : Elle est organisée sous forme des ateliers d'écriture où les apprenants sont appelés à rédiger des textes à partir des supports authentiques ou à rédiger en suivant une des techniques d'écriture (la lettre de confirmation de la réservation)
À l'Agence de Voyages **Agent de Voyages :** Bonjour ! Comment puis-je vous aider aujourd'hui ? **Client :** Bonjour. Je suis à la recherche de vacances pour cet été. J'aimerais partir en juillet. **Agent de Voyages :** Bien sûr. Avez-vous une destination en tête ? **Client :** Je pensais à la Grèce. J'ai toujours voulu visiter Athènes. **Agent de Voyages :** C'est un excellent choix. Je peux vous proposer un forfait qui comprend un vol pour Athènes, un séjour de sept nuits dans un hôtel 4 étoiles, ainsi que des visites guidées des principaux sites touristiques. **Client :** Cela semble parfait. Combien cela coûterait-il ? **Agent de Voyages :** Le forfait tout compris pour une personne est de 1500 euros. Cela inclut le vol, l'hébergement et les visites. **Client :** Cela me convient. Je vais réserver. **Agent de voyages :** Le nom et prénom S'il vous plait ? **Client :** Nathalie Raymond. **Agent de voyages :** oui, et l'adresse ? **Client :** 56700 Nice rue des fleurs **[Le client réserve ses vacances et paie l'acompte.]**

Agent de Voyages : Félicitations ! Vos vacances en Grèce sont réservées. Vous recevrez tous les détails par e-mail.

Client : Merci beaucoup pour votre aide.

[Le client quitte l'agence de voyages, excité pour ses prochaines vacances.]

Consigne : Utilisez ce dialogue pour améliorer vos compétences en français liées à la planification de voyages et aux réservations de vacances. Vous devez envoyer à votre client par email une lettre de confirmation de la réservation. Complétez la lettre-type avec les informations contenues dans le dialogue.

La lettre à compléter :

Adresse de l'agence touristique

M…….

…….

…….

Nice, le……

Objet : ……..

Réf :…….

Madame, Monsieur,

Nous avons le plaisir de vous adresser ci-joint votre …….

…….qui reprend les éléments de votre réservation.

Vous voudrez bien vérifier les identités des personnes inscrites :……

…….

Le nom de séjour :…….. et la période choisie :…….

Nous vous rappelons que les conditions d'hébergement sont les suivantes :

……..

Nous vous rappelons aussi que les ressortissants français doivent présenter……

……en cours de validité.

Si vous remarquez une erreur, ou pour toute information complémentaire, n'hésitez pas à nous contacter.

En vous remerciant de votre confiance,

Nous vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de nos meilleures salutations.

Le responsable

Activités de langue :

Activité 1 : Répartissez les termes suivants entre Destinations et Passions :

Villages de vacances, Outre-mer, Golf, Tourisme en ville, Culture et Patrimoine, Nature, Gastronomie, Littoral, Bien-être, Montagne, Vignobles, Naturisme.

DESTINATIONS:……

……

PASSIONS:……

…….

Activité 2 : Complétez les phrases avec les noms de la liste ci-dessous.

itinéraire – traversée – excursion – raid – expédition – randonnée – parcours – détour – croisière

a. À la Réunion, tous les ans, un …… mène les sportifs de l'île de cirque en cirque.
b. Rien ne vaut une …… sur le Nil pour découvrir les sites de l'Égypte des pharaons.
c. Lorsqu'elle ira à Toulouse, Mme Tardy fera un …… pour visiter la grotte de Lascaux.
d. Le comité des fêtes d'Hatrize organise une …… en Alsace.
e. Toute la famille Forest effectuera une …… dans le massif de la Vanoise.
f. Avant de partir, M. Varrini étudie avec soin l'…… de son

voyage.
g. La …… Marseille-Bastia dure une nuit.
h. À Carnac, le ……, bien fléché, permet de découvrir tous les menhirs.
i. Une …… scientifique passera l'hiver en terre Adélie.

❖ **<u>Séance 5 :</u> Production écrite (préparation à l'écrit)**

Public visé : Les travailleurs dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme

La nature du document : des documents authentiques

Compétence visée : Préparation à l'écrit

Objectifs d'apprentissage :

- *Motiver les apprenants à la rédaction.*
- *S'entrainer à l'écrit.*
- *Utiliser le lexique du tourisme.*

Explication de l'activité : Elle est organisée sous forme d'activités d'écriture où les apprenants sont appelés à restituer une annonce sous forme d'un courrier.

<u>Consigne :</u>Lisez l'annonce suivante. Votre ami cherche du travail et son profil Correspond à l'annonce. Ecrivez-lui le courriel décrivant le poste proposé dans l'annonce en utilisant les expressions *être responsable de …/ être chargé de...*

Best Western Plus Hôtel Isidore Rennes recherche pour apporter un support au Directeur d'Hôtel dans la mise en œuvre de la stratégie commerciale

Attaché (e) Commercial (e)

Votre mission :	*Votre profil :*
- lancer la mise en œuvre du plan d'actions commerciales 20...; - développer un fichier de prospect en vue de concrétiser des contrats hébergement et restauration ; - optimiser des outils de commercialisation et des supports de vent ; - assurer le suivi et mesurer le retour sur investissement de toutes démarches commerciale ;	- diplômé(e) d'une école supérieure de commerce ; - sens du contact, autonomie, disponibilité ; - 3 ans d'expérience en commercialisation de produit hôtelier, connaissance du marché français ; - bonne maitrise d'Excel et de la langue anglaise. -Poste base à l'hôtel, nécessitant d'être motorise et mobile sur Rennes et sa

- répondre aux objectifs d'accroissement de taux d'occupation, de prix moyen et de rentabilité de l'hôtel ainsi que du restaurant.	métropole.

Envoyer CV + lettre de motivation par mail à M. OUJDI : a.oujdi@hotels-emeraude.com

Activités de langue : Complétez les phrases en vous aidant des expressions ci-dessous :

Prendre un coup de soleil,

Changer d'air

Rouler sa bosse Partir avec armes et bagages.

Cela vaut le coup d'œil

Faire route vers…

Être en quête de…

Prendre pension.

L'étalement des vacances.

Regagner ses pénates Le point de chute

Prendre du bon temps.

Partir à l'aventure

a. Après une année de travail, beaucoup de personnes ont besoin de changer d'……...

b. À la fin de son séjour au Salvador, Christine est heureuse de regagner ……

c. Lorsqu'il eut 20 ans, Damien partit ……..…… en Asie du Sud-Est.

d. Ceux qui s'aventurent dans la forêt amazonienne sont en …… de sensations fortes.

e. Sans l'……, tout le monde se retrouverait aux mêmes endroits en même temps.

f. Chamonix est un excellent ……..…….. pour ceux qui veulent gravir le mont Blanc.

g. Tous les ans, la famille Linard …….. dans une petite auberge du Gers.

h. Dans sa jeunesse M. Lapray a …….. dans de nombreux pays d'Europe.

Conclusion

À la fin et pour conclure, on peut dire que chaque séance de notre proposition didactique est faite pour cibler les aspects spécifiques des compétences langagières, en accord avec les besoins identifiés de la part des employés, Notre objectif est de trouver des solutions à ces problèmes et de répondre à leurs besoins spécifiques. Ces besoins sont majoritairement liés aux problèmes d'écriture, aux erreurs et aux problèmes de langue. Il est nécessaire de se baser sur la pratique de la langue à travers la communication réelle dans des situations variées, à travers les dialogues, les jeux de rôle, etc., et de se concentrer également sur les termes spécifiques aux secteurs de l'hôtellerie et du tourisme. Les MOOCs qui présentent un contenu éducatif et culturel sur le domaine du tourisme et de l'hôtellerie, ainsi que les bases de la communication professionnelle, sont également à considérer.

En conclusion, la proposition didactique que nous présentons dans ce chapitre vise à répondre aux besoins spécifiques réels des employés du secteur du tourisme et de l'hôtellerie en matière de formation linguistique. En nous appuyant sur les résultats de notre recherche, nous avons élaboré des solutions pratiques et adaptées, comprenant des cours et des activités, pour aider ces employés à surmonter les obstacles linguistiques auxquels ils sont confrontés dans leur vie professionnelle.

Conclusion Générale

Conclusion Générale

Dans notre travail de recherche inscrit dans la didactique du français sur objectifs spécifiques (FOS), plus précisément le français langue professionnelle (FLP), Nous avons essayé d'explorer les besoins linguistiques des employés occupant différents postes dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme. Nous cherchions à identifier les problèmes de langue et les difficultés liées à la langue de spécialité (le français de l'hôtellerie et du tourisme)

Pour notre enquête, nous avons suivi la démarche proposée par Mangiante et Parpette en 2004. Nous avons commencé par l'identification de la demande, l'analyse des besoins, la collecte de données sur le terrain, puis l'analyse des données recueillies, et enfin, l'élaboration didactique ou la proposition didactique.

Nous avons opté pour des outils d'enquête tels qu'un questionnaire, des entretiens et un test destiné aux employés de l'hôtellerie et du tourisme pour obtenir plus de réponses portent sur notre recherche et pour analyser leurs besoins concernent la formation

Nous avons fait un test écrit sous forme de productions écrites pour confirmer le fait que certains employés déclarent leurs difficultés à l'écrit beaucoup plus, et un test oral qui est l'entretien, car d'autres employés déclarent aussi leur besoin de se baser sur l'oral, car c'est un objet essentiel dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme, pour communiquer avec les clients francophones, les convaincre, les comprendre et leur offrir tous les besoins nécessaires pour une expérience exceptionnelle dans leur établissement.

À travers les deux tests que nous avons établis, nous avons pu déterminer le niveau des employés qui se situe au niveau B1 , grâce à la grille d'évaluation faite par le Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues (CECR)

Nous avons pu également constater et affirmer comme résultat que ces employés ont vraiment des difficultés au niveau de l'écrit et de l'oral, et beaucoup plus à l'écrit.L'objectif de cette étude est d'identifier les besoins des employés du secteur de l'hôtellerie et du tourisme en Algérie et de leur offrir un programme de formation linguistique sur mesure répondant à leurs attentes linguistiques.

Nous avons commencé notre recherche par une problématique dans laquelle nous cherchons à trouver une affirmation ou une confirmation :

Comment peut-on créer un programme de formation FOS adapté aux besoins spécifiques des employés dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme en Algérie ? Cette problématique a été accompagnée d'autres questions supplémentaires.

Quels sont les défis linguistiques et culturels rencontrés par les professionnels de l'hôtellerie et du tourisme lorsqu'ils interagissent avec des clients francophones ou dans des destinations francophones ?

Quelles sont les meilleures pratiques pédagogiques pour enseigner le français de spécialité dans le contexte de l'hôtellerie et du tourisme, en mettant l'accent sur l'interaction et la communication professionnelle ?

Nous avons également formulé des hypothèses, dont celle de proposer de suivre la démarche de Mangiante et Parpette en 2004 pour notre problématique principale et pour les autres problématiques secondaires.

Tout au long de notre expérimentation, nous avons validé ces hypothèses, pour plusieurs raisons :

Tout d'abord, notre programme de formation FOS est élaboré suite à la démarche de Jean-Marc Mangiante et Chantal Parpette qui nous a offert une feuille de route stratégique pour atteindre des résultats tangibles. Nous avons collecté des donnés sur le terrain dans différentes entreprises de l'hôtellerie et du tourisme en Algérie, puis,nous avons procédé à l'analyse de ces données afin de recenser les besoins spécifiques des employés en vue d'arriver enfin à l'élaboration d'un programme didactique destiné aux employés.

D'ailleurs, cette démarche confirmera notre hypothèse quant à l'efficacité d'une formation linguistique ciblée sur les besoins spécifiques de l'industrie de l'hôtellerie et du tourisme quiaméliorera la compétence communicative des professionnels et augmentera leur confiance lors des interactions avec les clients francophones et cela nous a permet aussi d'élaborerun glossaire propre au domaine en question.

Ainsi, Les compétences linguistiques en français acquises grâce à un programme FOS renforceront la compétitivité des professionnels de l'hôtellerie et du tourisme sur le marché mondial, en ouvrant des opportunités professionnelles dans des destinations francophones et en améliorant leur capacité à servir une clientèle internationale diversifiée tout en maitrisant un savoir-faire et un savoir-être professionnel.

Nous avons également échangé avec de nombreux employés pour comprendre leurs problèmes et difficultés en français (interaction avec les clients, écriture des emails, la compréhension de la terminologie, la maitrise des situations de plaintes d'un point de vue langagier, la rédaction des lettres et des rapports propres au domaine …) Dans leur domaine, qui est le tourisme et l'hôtellerie. Nous avons également recueilli de nombreux documents dans leur domaine, rédigés en français, ainsi que des enregistrements audio et audiovisuels, pour les utiliser comme supports dans notre proposition didactique.

Pour le plan de notre mémoire, nous l'avons divisé en cinq chapitres, comprenant trois chapitres théoriques et deux chapitres pratiques. Les trois premiers chapitres traitent de la théorie de notre recherche et sont intitulés... Les deux derniers chapitres portent sur notre expérimentation et notre proposition didactique qui est sous forme des cours et des activités conçues spécifiquement pour les travailleurs du tourisme et de l'hôtellerie, en fonction des besoins que nous avons identifiés et auxquels nous sommes parvenus au travers de notre expérimentation avec eux.

Notre étude a abouti unprogramme de formation destiné à un groupe de travailleurs dans les secteurs du tourisme et de l'hôtellerie en Algérie, qui rencontrent des difficultés en langue française, essentielle dans ce domaine.

À travers ce programme, nous avons mis en place une formation pour répondre aux besoins des employés, visant à leur proposer une Proposition pédagogique et un programme d'entraînement, accompagnés d'un glossaire de terminologie de l'hôtellerie et du tourisme, pour les aider à améliorer « leurs lexiques de spécialité, leur niveau linguistique, leurs compétences à l'écrit aussi bien qu'à l'oral et d'autres ». En mettant l'accent particulièrement sur l'écriture et c'est par ce que les résultats de nos tests ont montré que les participants rencontrent plus de difficultés en écrite qu'à l'oral.

Pour cette raison, nous avons structuré chaque cours de manière organisée pour couvrir tous les besoins mentionnés par les employés, auxquels nous avons fait référence grâce à notre expérience. En prenant en compte ces besoins spécifiques, nous avons conçu un programme approfondi pour garantir une formation efficace et adaptée à chacun des employés de secteur en question.

Ce programme de formation n'est qu'une première étape vers d'autres initiatives que nous envisageons pour l'avenir. Nous aspirons à développer notre champ de recherche dans

ce domaine spécifique en Algérie, ainsi qu'à proposer des cours et des exercices plus professionnels et précis, en intégrant également des éléments technologiques dans ces deux domaines.

Nous sommes convaincus que cette approche nous permettra de contribuer davantage au développement et à l'amélioration des compétences linguistiques dans ces secteurs, tout en offrant des solutions adaptées aux besoins spécifiques des travailleurs de l'industrie touristique et hôtelière en Algérie.

En guise de conclusion, il est important de se focaliser sur les perspectives prometteuses que les programmes FOS offrent pour l'avenir. Surtout avec l'essor continu de la technologie et de la collaboration numérique, ces programmes ont la capacité de catalyser l'innovation à une échelle encore jamais vue. En mettant la lumière sur l'accessibilité, la transparence et la participation de la communauté, ces programmes FOS peuvent devenir des moteurs de progrès technologique et de développement économique. En favorisant ces nouvelles opportunités et en s'adaptant aux défis émergents, les programmes FOS peuvent également continuer à jouer un rôle essentiel dans la création d'un avenir numérique avec l’élaboration d’une base de connaissance dynamique et évolutive sous forme d’un glossaire en ligne plus ouvert, inclusif et collaboratif pour tous.

La table des Matières

Table des Matières

Remerciements

Dédicace 1

Dédicace 2

Résumé

Table des acronymes

Liste des tableaux

Liste des figures

Liste des annexes

Sommaire

Introduction générale

Le cadre théorique :Conceptes référetiels

Chapitre 1:Initiation aux langues de spécialités

Introduction partielle

Section 01 : Concepts clés des langues de spécialités

1. Les langues de spécialités

1.1. Historique et évolution

1.2. Les caractéristiques des langues de spécialités

1.3. Le français de spécialités (FS)

1.4. Le français langue de spécialité

2. La langue générale (LG)

3. Le français langue d'installation

Section 02 : Regard sur le FOS

1. La définition du FOS

2. La définition du F.O.S selon les spécialistes (revu de littérature)

3. L'historique du FOS

4. Évolution de FOS

4.1. Le Français militaire

4.2. Le français scientifique et technique

4.3. Le français instrumental

4.4. Le français fonctionnel

4.5. Le Français sur Objectifs Spécifiques

4.6. Le Français Langue Professionnelle

4.7. Le Français sur Objectifs Universitaires

5. Le FOS : historique et conceptualisation

6. La spécificité de FOS

6.1. Les besoins précis et spécifiques

6.2. Formation sur mesure ou formation à la carte

6.3. Diversité et centration sur le public FOS (apprenants ou stagiaires)

6.4. Contraintes temporelles (la durée limitée)

6.5. Autres concepts liés au FOS

7. Les types de public

8. Les Caractéristiques des Publics

9. Le français sur objectifs spécifiques (FOS) vs les langues de spécialité (LS)

10. Le français de spécialité et le FOS

Section 03 : Les concepts FLE /FOS/FLP/FOU

1. Clarification des concepts FLE/FOU/FLP

1.1. Le FLE

1.2. Le FOU

1.3. Le FLP

2. La différenciation entre différents concepts

2.1. La différence entre le FLE et le FOS

2.3. La différence entre le FOS et le FLP

3. Les caractéristiques de FLP /FOS/FOU/FLE

4.Les caractéristiques de l'enseignement du FOS

.5Les convergences et les divergences entre le FLE/FOS/FLP/FOU

Conclusion partielle

Chapitre 2: présentation sur le domaine de l'hôtellerie et du tourisme

Introduction partielle

Section 01 : le domaine de l'hôtellerie et du tourisme

1. Le domaine de l'hôtellerie

1.1. Définition de l'industrie de l'hôtellerie

1.2. Un hôtel ou un hébergement

1.3. Historique de l'hôtellerie

1.4. L'histoire de l'hôtellerie en Algérie

1.5. Classement hôtelier et diversité des établissements d'hébergement

1.6. Formes et types des hôtels

1.7. Les Services hôteliers

1.8. Les caractéristiques de l'hôtellerie

1.9. Les mielleurs hôtels en Algérie

2. Le domaine du tourisme

2.2. Définitions du tourisme par les chercheurs

2.3. Le touriste

2.4. Les types du tourisme

2.5. Le tourisme national vs le tourisme international

2.6. L'histoire du tourisme

2.7. L'histoire du tourisme en Algérie

2.8. Les services du tourisme

2.9. Les caractéristiques du tourisme

2.9. Les caractéristiques du tourisme

3. La relation et la différence entre le domaine de l'hôtellerie et du tourisme

Section 02 : Le statut de la langue française dans le domaine de l'hôtellerie et le tourisme en Algérie

1.Le français de l'hôtellerie et du tourisme:

1.2Le lexique et le vocabulaire:

1.3 Le lexique et le vocabulaire de l'hôtellerie et du tourisme:

2.les discours du tourisme (La définition et les caractéristiques linguistiques)

2.1Définition du discours du tourisme

2.2 Les caractéristiques des discours du tourisme

2. Les défis et les problèmes langagiers rencontrés par les employés du tourisme et de l'hôtellerie

3. L'importance de développement de l'hôtellerie et du tourisme sur l'économie algérienne

Section 03 : La réalité du tourisme et hôtellerie en Algérie

1. Situation du tourisme et hôtellerie en Algérie

2. Les obstacles du tourisme en Algérie

Conclusion partielle

Chapitre 3:La démarche et les caractéristiques de la construction d'un programme de formation FOS

Introduction partielle

Section 01 :Le programme de formation FOS

1. Définition de terme programme

3. Définition de terme Formation

4. La formation linguistique

5. L'élaboration d'un programme de FOS

6. Formation linguistique professionnelle

7. L'élaboration d'un programme de formation FOS

7.1. Présentation de la démarche -type

7.2. Les étapes

7.2.1. Identification de la demande

7.2.2. Analyse des besoins

7.2.3. Recueil des données sur le terrain

7.2.4. Analyse et traitement des données

7.2.5. Elaboration des activités pédagogiques

Section 02 : Le FOS /FLP : Caractéristiques et démarche

1. Le concept FVP

2. La démarche FLP

3. Les caractéristiques de la démarche FOS

Section 03 : L’enseignement/apprentissage de FOS (Défis et modalités)

1. Les contraintes de l'enseignement -apprentissage de FOS

1.1. Les Contraintes confrontés par les apprenants

1.1.1. Le défi du temps limité

1.1.2. Obstacles liés aux déplacements

1.1.3. Difficultés financières

1.1.4. Défis psychologiques

1.2. Les Défis rencontrés par les enseignants de FOS

1.2.1. Formation insuffisante des enseignants

1.2.2. Importance du contact avec les apprenants

1.2.3. Spécificité du contenu des cours

1.2.4. Collecte de ressources pour l'enseignement

1.2.5. Adaptation aux besoins changeants des apprenants

Conclusion

2. Les Modalités de l’enseignement de FLE

Conclusion partielle

Le cadre méthodologique :de L'analyse des besoins a l'élaboration d'un programme en français de l'hôtellerie et du tourisme

Chapitre 4 :Expérimentation et analyse des résultats

Introduction partielle

Section 01 : Description de l’expérimentation

1. Présentation de corpus

1.1. Le public enquêté

1.2. Les Objectifs de l'expérimentation

1.3. La situation initiale

1.4. Le lieu de l'expérimentation

2. Déroulement de l'expérimentation

3. Les conditions et les obstacles de la réalisation de l’expérimentation

Section 02 : Analyse et interprétation du questionnaire

1. Le Questionnaire

1.1. Définition

1.2. Types de Questionnaires

1.2.1. Questionnaire Ouvert

1.2.2. Questionnaire Fermé

1.3. L'analyse du questionnaire

2. La terminologie et les expressions récurrentes propres à l'hôtellerie

3. Les aspects les plus importants dans les formations linguistiques en hôtellerie et tourisme selon les interrogés

4. Les retours positifs observés par les interrogés après la mise en place de programme de formation linguistique dans les établissements de l'hôtellerie

5. L'adaptation des stratégies de communication pour tenir compte des différences culturelles de la clientèle

6.2. Une communication non verbale

7. Gestion des plaintes

8. Pour une communication proactive avec les clients après une plainte

9. Indicateurs clés de performance de l'efficacité de la gestion des plaintes

10. Collaboration interne

11. Influence de la technologie pour améliorer le vocabulaire professionnel

12. Comment l'hôtel utilise-t-il les plateformes

13. Suggestions finales

14. Conclusion

Section 03 : Analyse et interprétation de l'entretien

1. L'entretien

1.1. Définition

1.2. Types d'Entretiens

1.2.1. Entretien Non-directif

1.2.2. Entretien Directif

1.2.3. Entretien Semi-directif

2. L'analyse

Section 04 : Analyse des données recueillies

1. Définition du document authentique

1.1. L'approche quantitative

1.2. L'approche qualitative

1.3. L’écrit

1.4. L’oral

2. Glossaire et terminologie

3. L’analyse

4. Analyse des réponses

5. Définition de chaque document issu du secteur de l'hôtellerie et du tourisme

6. Les termes et les expressions repérés dans chaque document issu du secteur de l'hôtellerie et du tourisme

Section 05 : Analyse du test (les productions écrites)

1. L’analyse

2. Analyse des difficultés des employés(la conclusion)

3. Classement des Niveau selon Le CECR (L'ORAL ET L'ECRIT)

3.1. Le test oral et écrit

3.2. Qu'est-ce que le niveau débutant en langue signifie?

3.3 .Le Niveau intermédiaire

4. Les grilles d'évaluation

4.1. Définition de grille d'évaluation

4.2. Tableau du grille d'évaluation selon le CECR

4.3 .conclusion

Section 06 :Synthèse des résultats

Conclusion partielle

Chapitre 5: La proposition didactique

Section 01 :La Proposition Didactique

1. Le programme de formation (définition)

Un programme de formation langagière destinée aux employés du secteur de l’hôtellerie et du tourisme

Durée de la formation

1.1. Les fiches techniques de la formation

1.1.1. Présentation de la formation

1.1.2. Le public ciblé

1.1.3. Les objectifs de la formation

1.1.4. Les compétences visées

1.2. Les fiches de la formation

1.2.1. Séquence 1 : L'hôtellerie (compréhension, expression, terminologie et moyens linguistiques)

1.2. Les fiches de la formation

1.2.1. Séquence 1 : L'hôtellerie (compréhension, expression, terminologie et moyens linguistiques)

Conclusion partielle

Conclusion générale

Table des matières

Bibliographié de références

Annexes

Bibliographie

1. Articles

1. Dr Khaled Mohamed EL HAGAZI, « Programme en F.O.S destiné aux étudiants du tourisme et de l'hôtellerie à la lueur de l'apprentissage hybride » 2021, université el halwan faculté de la pédagogie.
2. Jean-Marc MANGIANTE et Chantal PARPETTE, Le français sur Objectifs Spécifique : de l'analyse des besoins à l'élaboration d'un cours, Paris, Hachette, collection F, 2021
3. Léa HATTESCHWILLER, « Conception d'un module de FOS pour des professionnels de santé portugais visant une expatriation en milieu francophone », Département Sciences du langage & Français Langue Étrangère section Didactique du FLE 2022/2023
4. Vers la conception d'un programme de formation en français pour les professionnels de l'hôtellerie et du tourisme dans le contexte angolais/Drefting a course in french for professionals with the /hospitality industry in an angolan context conceperea unui program de pregâtire în francezâ pentru profesioniştil din hoteluri şi tourismîn context angolezi,
5. , NEBBOU Abdelkader, MILI Mouadh, « Le FOS en Algérie entre hier et aujourd'hui », Université Tahri Mohammed Bachar Algérie,faculté des lettres et des langues étrangères
6. Florence MOURLHON-DALLIERS, « L'article pensez le français langue professionnelle » Université de la Sorbonne nouvelle – Paris III, SYLED-CEDISCOR
7. Jean-Marc MANGIANTE et Chantal PARPETTE (2024), Article paru dans Le français dans le monde n°346, Juillet-Août 2006 , Posté le 29 juin 2010 par le français dans le monde.
8. Programme en F.O.S destiné aux étudiants du tourisme et de l'hôtellerie à la lueur de l'apprentissage hybride (2021)
9. Direction de l'information légale et administrative (Premier ministre), A1, A2, B1, B2, C1, C2 : à quoi correspondent ces niveaux de langue ?,Vérifié le 15 mars 2024 -, https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F34739
10. Martijn BAETEN, *hôtellerie : tout ce que vous devez savoir sur les hôtels*, Updated Mar 24, 2024.

11. Décret exécutif n° 2000-46 du 01 Mars 2000, Journal officiel n° 10 du 05 Mars 2000, art 04, P 3.
12. Carine MOURADIAN, *L'hôtellerie de luxe, le-luxe-authentique*.com.
13. Yanoshevsky, GALIA. *"Introduction : Les discours du tourisme, un objet privilégié pour l'analyse du discours." Argumentation et analyse du discours*, 2021. [Disponible sur journals.openedition.org]
14. Carron, HANNELORE, *Caractéristiques textuelles du discours touristique : une étude comparative des substantifs valorisants dans des brochures touristiques wallonnes et flamandes** in Promotor Prof. Dr. Sowww.le-fos.com, « Historique du FOS : Le Français sur Objectifs Spécifiques » [en ligne]. http://www.le-fos.com/historique-5.htm (Consulté le : 03/03/09).
15. **قطاع السياحة في الجزائر كأسلوب لتحقيق التنويع الاقتصادي**،هجيرهصحراوي، العونية بنزكورة2022/06/04

2. Mémoires et thèses

16. YAHIA HELALI Baya, *Conception d'un programme sur objectif universitaire destiné aux étudiantes de Mathématique et informatique au sein de la faculté des sciences et de la technologie de l'université de Médéa*, université de Yahiafares Médéa,école doctorat de français faculté des lettres et des langues département des langues étrangères 2006/2007
17. BOUZID Imane, *Programme FOS pour les étudiants en droit et sciences administratives*, université d'Oran2, faculté des langues étrangères 2014/2015
18. Tania DOMINGUEZ VAZQUEZ, *L'enseignement -apprentissage du lexique en FOS : le cas de l'hôtellerie et du tourisme*, 2018/2019, université de Santiago
19. HADED Abdeslam et MADANI Abdelkarim, *Élaboration d'un programme du Fos répondant aux besoins langagiers des ingénieurs algériens en HSE*, 2018/2019, Université d'El-Oued faculté les lettres et des langues étrangères
20. Mohammed OUGAD, *Le FOS une solution face aux défis langagiers des employés dans les sociétés pétrolières multinationales*, 2020/2021, université de kasdi Merbah Ouargla, faculté des lettres et des langues étrangères
21. Jean-Jacquers RICHER, *Le français sur objectifs spécifiques (FOS) :une didactique de spécialisées*, université de Bourgogne.

22. BEHIH Imane, *L'enseignement du français dans les départements scientifiques cas dudépartement des Science de la Nature et de la Vie*, UNIVERSITE IBN KHALDOUN –TIARET, FACULTE DES LETTRES ET DES LANGUES, DEPARTEMENT DES LETTRES ET DES LANGUES ETRANGERES, Année universitaire : 2020/2021

3. Livres

23. Jean-Marc MANGIANTE et Chantal PARPETTE, *Le FOS aujourd'hui (état de recherche en français sur objectif spécifique,* éditeur le volume2022

24. BINON Jean, *Un dictionnaire d'apprentissage du français des affaires : Guide pratique*, 1991 p.154

25. SALAGER-MEYER Françoise, *Langues de spécialité et discours spécialisé : approche didactique*, 1996

26. Jean-Marc MANGIANTE et Chantal PARPETTE, *Le français sur objectif spécifique : de l'analyse des besoins à l'élaboration d'un cours*. Hachette FLE, nouvelle collection, Paris 2004 p.153, p.154

27. MOURLHON-DALLIES Florence, *Penser le français langue professionnelle*, 2006.

28. Jean-Marc MANGIANTE et Chantal PARPETTE, *Le Français sur Objectif Spécifique : de l'analyse des besoins à l'élaboration d'un cours*, hachette, 2009

29. Élisabeth SZIlAGYI, Catherine CARRAS, Jacqueline TOLAS et Patricia KOHLER, *Le Français sur objectifs spécifiques et la classe de langue*, 10137340, EMD S.A.S Lassay -les châteaux -18121, -octobre 2007

30. Jean Luc PENFORNIS, *Français professionnel des affaires*, CLE international, 2011

31. Hani QOTEB, *Enseignement/apprentissage du FOS: défis et perspectives*, 2009

32. Carras, C., Kohler, P., Sjilagyi, É., Szilagyi, É., & Tolas, J. (2007, octobre 18). Le français sur objectifs spécifiques et la classe de langue: Techniques et pratiques de classe. CLE International.

33. Conseil de l'Europe. (2001). Cadre européen commun de référence pour les langues : apprendre, enseigner, évaluer. Unité des Politiques linguistiques, Strasbourg. Disponible sur www.coe.int/lang-CECR.

4. Ouvrages

34. Pr Brahim OUARADI, *Ouvrage collectif sur le fou*, publications du laboratoire « didactique du FOS »Saida, 2021
35. Dr Souheila HEDID, *Présentation des diplômes tourisme, hôtellerie restauration a suggestions de programme* ,2022/6/29,dfp diplomed de français professionnel
36. Introduction aux langues de spécialité ILS , , université frères Mentouri constantine 1,faculté des lettres et des langues ,département des lettres et langue française
37. Alouania BENZEKOURA et SAHRAOUI Hadjira, *Algéria'tourisme sector as a way to archieve economic diversification*, université mascara ,4/6/2022

5. Sitographie

38. Wikipedia
39. Dictionnaire de la didactique des langues étrangères et second
40. DictionnaireLarousse
41. www.coe.int/lang-CECR
42. https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F34739
43. www.le-fos.com, « Historique du FOS : Le Français sur Objectifs Spécifiques » [en ligne].
44. http://www.le-fos.com/historique-5.htm (Consulté le : 03/03/09).
45. Plateforme pédagogique de l'Université Sétif2.
46. GALISSON et COSTE, « Dictionnaire de didactique des langues »

Annexes

Annexe 1: Glossaire (terminologie de l'hôtellerie)

Les métiers existants à l'hôtel			
Professions	**Définitions**	**Rôle et tâches**	**Situations de communication**
Directeur d'hôtel	Personnel responsable par la direction de toutes les tâches administratives et professionnelles de l'hôtel	Le directeur d'hôtel a la responsabilité globale de la gestion de l'établissement. Il définit les objectifs stratégiques, supervise tous les départements, prend des décisions importantes et représente l'hôtel auprès des clients, des partenaires commerciaux et des autorités locales	Organiser une réunion avec les chefs de département pour discuter des objectifs annuels et des initiatives de développement de l'hôtel. Rencontrer un client mécontent pour résoudre ses problèmes et garantir sa satisfaction
Gérant d'hôtel	Il vient après le directeur d'hôtel Individu responsable de la gestion quotidienne d'un hôtel, y compris la supervision du personnel, la gestion des finances, la coordination des opérations et le maintien des normes de service. il assure le bon déroulement des affaires hôtelières	Le gérant d'hôtel prend en charge toutes les opérations de l'établissement. Il développe et met en œuvre des politiques et des procédures, gère les budgets et les finances, assure la qualité des services offerts et fait la promotion de l'hôtel	Rencontrer les clients mécontents pour résoudre leurs problèmes. Organiser des réunions avec le personnel pour discuter des objectifs et des performances de l'hôtel.
Maître d'hôtel	Personne chargée de superviser le service en salle dans un restaurant ou un hôtel, assurant la coordination du personnel et veillant à la satisfaction des clients	Le maître d'hôtel est responsable du service dans le restaurant de l'hôtel. Il planifie les opérations de restauration, forme et supervise le personnel, assure la satisfaction des clients pendant les repas et gère les réservations et les tables du restaurant	Accueillir les clients à leur arrivée au restaurant et les accompagner à leur table. Superviser le service pendant les heures de pointe et résoudre tout problème avec le personnel ou les clients.

Responsable des technologies de l'information (TI)	Personne chargée de la gestion des systèmes informatiques et des technologies de l'information de l'hôtel.	Gérer les réseaux informatiques, assurer le bon fonctionnement des systèmes de réservation et de gestion hôtelière, fournir un support technique aux employés, garantir la sécurité des données et des informations.	Communiquer avec les départements de l'hôtel pour planifier la mise à niveau du système de réservation en ligne. Répondre aux demandes de support technique des employés concernant les problèmes informatiques
Directeur des ressources humaines de l'hôtel	Responsable de la gestion du personnel et des questions liées aux ressources humaines dans l'hôtel.	Recruter, former et superviser le personnel, gérer les questions de paie et d'avantages sociaux, développer des politiques et des programmes de ressources humaines, assurer le respect des réglementations du travail.	Entretien d'embauche avec de nouveaux candidats pour des postes vacants. Organiser des sessions de formation pour le personnel sur les politiques de l'entreprise et les procédures RH.
Directeur des opérations hôtelières	Responsable de la gestion quotidienne des opérations de l'hôtel.	Superviser tous les départements opérationnels de l'hôtel, assurer la coordination entre les différents services, résoudre les problèmes opérationnels, veiller à ce que les normes de qualité et de service soient respectées.	Tenir une réunion matinale avec les chefs de service pour planifier les opérations de la journée et résoudre les problèmes potentiels. Communiquer avec le service de maintenance pour coordonner la réparation urgente d'un équipement défectueux
Directeur financier de l'hôtel	Responsable de la gestion financière de l'hôtel.	Gérer les budgets, superviser les opérations comptables, préparer les rapports financiers, optimiser la rentabilité de l'hôtel, assurer la conformité aux réglementations financières.	Examiner les budgets et les prévisions financières avec d'autres membres de la direction. Rencontrer des fournisseurs pour négocier des contrats et des conditions de paiement.
Directeur des services alimentaires et à l'enfance	Responsable de la gestion des services de restauration, y compris les restaurants et les services pour enfants, dans un hôtel.	Planifier les menus pour les restaurants et les menus pour enfants, superviser la qualité de la nourriture et du service, gérer les coûts alimentaires, coordonner les activités avec d'autres départements.	Organiser des dégustations avec des fournisseurs pour sélectionner de nouveaux produits alimentaires. Réunions avec le personnel pour discuter des menus spéciaux pour les événements à venir

Responsable des discussions et des crédits	Personne chargée de gérer les questions liées aux finances, aux facturations et aux crédits pour les clients de l'hôtel.	Gérer les comptes clients, traiter les paiements, résoudre les problèmes de facturation, gérer les crédits et les remboursements, maintenir des relations positives avec les clients.	Rencontrer les clients pour discuter des factures en souffrance et convenir de plans de paiement. Collaborer avec d'autres départements pour résoudre les erreurs de facturation.
Responsable de la qualité et de la satisfaction	Personne chargée de garantir la qualité des services et la satisfaction des clients dans un hôtel	Mettre en œuvre des programmes de contrôle qualité, recueillir et analyser les commentaires des clients, identifier les domaines d'amélioration, coordonner avec les différents départements pour améliorer l'expérience client	Organiser des enquêtes de satisfaction client et analyser les résultats pour identifier les domaines à améliorer. Organiser des réunions avec le personnel pour discuter des normes de qualité et des attentes des clients.
Chef de réception	Le chef de réception est le membre de l'équipe de direction d'un établissement hôtelier responsable de la gestion opérationnelle de la réception, de la coordination du personnel de réception et de la satisfaction des clients.	-Superviser le fonctionnement quotidien de la réception. -Assurer un accueil chaleureux et professionnel aux clients. -Gérer les réservations et les enregistrements des clients. -Coordonner les activités du personnel de la réception. Résoudre les problèmes des clients et répondre à leurs demandes.	Coordonner l'arrivée et le départ des clients, en veillant à ce que tout se déroule sans problème. Répondre aux demandes spéciales des clients et résoudre les problèmes rencontrés pendant leur séjour.
Réceptionniste	Personne chargée de l'accueil et de l'enregistrement des clients à l'hôtel	Gérer les réservations, fournir des informations aux clients, effectuer les check-in et check-out, répondre aux appels téléphoniques, gérer les plaintes des clients, coordonner avec les autres départements de l'hôtel	Accueillir les clients à leur arrivée et effectuer les formalités d'enregistrement. Répondre aux appels téléphoniques et aux e-mails des clients, en fournissant des informations sur les services de l'hôtel. Ex : Le client : Bonjour. Le réceptionniste : Bonjour, monsieur/madame. Bienvenue à l'Hôtel Étoile d'Or, à votre service. Le client : Merci. Je souhaite réserver une chambre pour

			deux personnes. Y a-t-il des chambres disponibles ? Le réceptionniste : Oui, bien sûr, il nous reste 5 chambres doubles. Comment souhaitez-vous votre chambre ? Le client : Je veux une chambre avec vue sur la mer. Le réceptionniste : Pas de souci, monsieur. Bienvenue dans notre hôtel. Je vais juste avoir besoin de vos coordonnées personnelles : nom, prénom, etc. Le client : Avec plaisir, voici... etc.
Chef de rang	Employé chargé de superviser le service dans une section spécifique du restaurant.	Assigner les tables aux serveurs, s'assurer du bon déroulement du service, prendre les commandes des clients, coordonner avec la cuisine, assurer la satisfaction des clients	Diriger une équipe de serveurs pendant les services pour garantir un service efficace et de haute qualité. Coordonner avec la cuisine pour s'assurer que les commandes est préparées et livrées en temps voulu.
Concierge	Personne responsable de fournir des services d'assistance et de conseils aux clients de l'hôtel	Fournir des recommandations sur les activités locales, les restaurants, les attractions touristiques, organiser des réservations, aider les clients avec leurs besoins spécifiques.	Assister les clients avec des réservations de restaurants, des billets pour des attractions locales et d'autres demandes spéciales. Fournir des informations sur les événements et les activités disponibles dans la région.
Responsable des réservations	Personne chargée de gérer les réservations de chambres d'hôtel.	Gérer les demandes de réservation, maintenir les dossiers à jour, coordonné avec les autres départements de l'hôtel pour assurer la disponibilité des chambres	Répondre aux appels téléphoniques et aux e-mails des clients pour traiter les réservations de chambres. Gérer les annulations et les modifications de réservation selon les politiques de l'hôtel
Agent de réservation	Employé chargé de prendre et de confirmer les réservations pour les clients	Répondre aux demandes de réservation par téléphone ou par email, informer les clients sur les tarifs et les disponibilités, confirmer les réservations	Aider les clients à choisir les meilleurs types de chambres et les tarifs disponibles pour leurs besoins. Répondre aux questions des clients sur les politiques de réservation et les services offerts par l'hôtel.
Responsable du service en chambre	Personne chargée de superviser le service en chambre dans un hôtel.	Assurer la qualité du service en chambre, gérer les commandes des clients, superviser	Coordonner les commandes des clients avec la cuisine et le personnel de service en chambre. S'assurer que les

		le personnel de service en chambre.	repas sont livrés à temps et répondent aux normes de qualité de l'hôtel.
Bagagiste	Employé chargé de transporter les bagages des clients de l'hôtel.	Accueillir les clients à leur arrivée, transporter leurs bagages jusqu'à leur chambre, offrir de l'aide supplémentaire si nécessaire.	Accueillir les clients à leur arrivée à l'hôtel et les assister avec leurs bagages. Fournir des informations sur les services de l'hôtel et les attractions locales.
Valet de chambre	Employé chargé de nettoyer et de préparer les chambres d'hôtel.	Nettoyer les chambres, changer les draps et les serviettes, réapprovisionner les articles de toilette, vérifier les équipements pour s'assurer qu'ils fonctionnent correctement.	Accueillir les clients à leur arrivée à leur chambre et leur offrir des services de chambre. Fournir des informations sur les installations de la chambre et répondre aux questions des clients
Personnel de nettoyage / Femme de chambre	Employé chargé de nettoyer les chambres d'hôtel.	Nettoyer les chambres, changer les draps et les serviettes, passer l'aspirateur, désinfecter les surfaces, vérifier les équipements	Une femme de chambre signale à la gouvernante qu'une chambre nécessite une attention particulière en raison de dégâts mineurs constatés lors de l'inspection.
Gouvernant(e)	Personne responsable de superviser le personnel de nettoyage et de maintenance dans un hôtel.	Planifier les horaires de travail, former le personnel, inspecter les chambres pour s'assurer qu'elles sont propres et bien entretenues, commander les fournitures nécessaires.	Une gouvernante rencontre le personnel de nettoyage pour leur donner des instructions sur les chambres à nettoyer en priorité en raison des départs anticipés des clients.
Responsable de la restauration	Personne chargée de superviser les opérations et le personnel du département de restauration dans un hôtel ou un restaurant	Planifier les menus, gérer les fournitures et les stocks, superviser le personnel de cuisine et de service, assurer la qualité du service et de la nourriture.	Planifier et coordonner les opérations quotidiennes du restaurant avec le personnel. Communiquer avec les fournisseurs pour passer des commandes de produits alimentaires et de boissons.
Serveur / Serveuse	Employé chargé de prendre les commandes et de servir les clients dans un restaurant.	Accueillir les clients, prendre les commandes, servir les plats et les boissons, répondre aux questions des clients, traiter les paiements.	Accueillir les clients, les accompagner à leur table et leur présenter le menu. Prendre les commandes des clients, les transmettre à la cuisine et servir les plats avec attention et professionnalisme.
Chef cuisinier	Personne responsable de la gestion de la cuisine et de la préparation des plats dans un restaurant ou un hôtel	Créer des menus, superviser la préparation des plats, gérer le personnel de cuisine, assurer la qualité des plats servis.	Le chef cuisinier organise une réunion avec son équipe pour discuter du nouveau menu et donner des directives sur les techniques de préparation et de présentation

			des plats.
Cuisinier	Employé chargé de préparer les plats dans une cuisine professionnelle.	Suivre les recettes, préparer les ingrédients, cuisiner les plats selon les normes établies, maintenir la propreté de la cuisine.	Un cuisinier informe le serveur que le plat du jour est prêt à être servi et lui donne des instructions sur la manière de le présenter aux clients
Commis de cuisine	Employé de cuisine chargé d'assister les cuisiniers dans la préparation des plats.	Préparer les ingrédients, assister les cuisiniers dans la préparation des plats, maintenir la propreté de la cuisine.	Un commis de cuisine informe le chef cuisinier des ingrédients manquants dans le stock et lui demande s'il faut passer une commande de réapprovisionnement.
Sommelier	Expert en vin chargé de sélectionner, stocker et servir les vins dans un restaurant.	Sélectionner les vins pour la carte des vins, conseiller les clients sur les choix de vin, servir le vin aux clients, superviser la cave à vin.	Conseiller les clients sur les choix de vins en fonction de leurs préférences et des plats commandés. Organiser des dégustations de vin et des événements spéciaux autour du vin pour les clients de l'hôtel.
Barman / Barmaid	Employé chargé de préparer et de servir des boissons dans un bar.	Préparer les boissons selon les recettes, servir les clients au bar, nettoyer et entretenir le bar.	Accueillir les clients au bar, prendre leurs commandes et préparer des boissons selon leurs préférences. Fournir des recommandations de boissons et des informations sur les cocktails spéciaux proposés par l'établissement.
Responsable des ventes et du marketing hôtelier	Personne chargée de développer et de mettre en œuvre des stratégies de vente et de marketing pour un hôtel.	Développer des stratégies de vente, promouvoir l'hôtel auprès des clients potentiels, gérer les campagnes publicitaires et les promotions.	Présenter les résultats de la dernière campagne publicitaire lors d'une réunion avec l'équipe de vente. Participer à une foire commerciale pour promouvoir les offres spéciales de l'hôtel
Responsable des relations publiques	Personne chargée de gérer les relations publiques et l'image de marque d'un hôtel ou d'une entreprise touristique.	Gérer les relations avec les médias, organiser des événements promotionnels, répondre aux demandes des médias et du public.	Communiquer avec les médias et les partenaires pour promouvoir les événements spéciaux et les offres de l'hôtel. Gérer les demandes de presse et organiser des visites de presse pour faire connaître l'établissement
Responsable des événements	Personne chargée de planifier et d'organiser des événements spéciaux dans un hôtel ou un lieu touristique	Planifier les événements, coordonner avec les fournisseurs et les clients, superviser la logistique de l'événement.	Travailler avec les clients pour planifier et organiser des événements spéciaux tels que des mariages, des conférences et des réceptions. Coordonner avec d'autres départements de l'hôtel pour assurer le bon déroulement des événements.
Responsable de	Personne chargée de	Planifier et superviser	Communication avec le

la maintenance	superviser la maintenance des installations et des équipements dans un hôtel.	les travaux de maintenance préventive et corrective, assurer la sécurité des installations, gérer le budget de maintenance.	personnel de l'hôtel : Répondre aux demandes de service et aux plaintes des membres du personnel concernant les problèmes techniques dans les installations de l'hôtel. Informer le personnel de l'hôtel des travaux de maintenance prévus qui pourraient affecter les clients ou les opérations quotidiennes.
Technicien de maintenance	Employé chargé d'effectuer des travaux de maintenance et de réparation dans un hôtel.	Diagnostiquer et réparer les problèmes techniques, effectuer des travaux de rénovation, assurer le bon fonctionnement des équipements.	Communication avec d'autres départements : Le technicien de maintenance communique avec le département des achats pour commander des pièces de rechange nécessaires pour les réparations prévues. Le technicien de maintenance discute avec le chef cuisinier pour organiser la maintenance préventive des équipements de cuisine afin d'éviter les interruptions pendant les heures de repas.
Responsable des ressources humaines	Personne chargée de la gestion du personnel dans un hôtel ou une entreprise touristique.	Recruter et former le personnel, gérer les questions de paie et d'avantages sociaux, résoudre les conflits entre les employés.	Organiser un séminaire de formation sur le service client pour le personnel de l'hôtel. Rencontrer un employé pour discuter de ses performances et élaborer un plan de développement professionnel
Agent de sécurité	Employé chargé de garantir la sécurité des clients et des biens dans un hôtel.	Surveiller les installations, contrôler l'accès des personnes, répondre aux situations d'urgence, assurer la sécurité des biens.	Communiquer avec le personnel de sécurité pour mettre en place un plan d'urgence en cas d'incendie. Répondre aux questions des clients concernant les mesures de sécurité de l'hôtel lors d'une réunion d'information
Coordinateur des activités de loisirs	Personne chargée de planifier et de coordonner les activités de loisirs pour les clients d'un hôtel ou d'une station touristique	Organiser des activités récréatives et des excursions, coordonner avec les fournisseurs d'activités, promouvoir les options de loisirs auprès des clients.	Le coordinateur des activités de loisirs organise une réunion pour discuter des nouveaux programmes d'activités récréatives avec le personnel de l'hôtel, encourageant la collaboration et la créativité pour offrir une expérience exceptionnelle aux clients
Guide touristique	Personne chargée de fournir des	Guider les touristes lors de visites, fournir des	Accueillir les clients à leur arrivée et leur fournir des

	informations et des commentaires sur les sites touristiques et les attractions locales.	informations historiques et culturelles, répondre aux questions des touristes.	informations sur les attractions locales, les activités et les sites touristiques. Organiser des visites guidées personnalisées en fonction des intérêts et des préférences des clients. Donner des explications historiques, culturelles et géographiques sur les lieux visités pendant les excursions. Répondre aux questions des clients, les conseiller sur les meilleurs endroits où manger, faire du shopping et se divertir. Assurer la sécurité des clients pendant les visites et les excursions, en veillant à ce qu'ils suivent les règles de conduite et de sécurité.
Responsable des finances et de la comptabilité	Personne chargée de la gestion des finances et de la comptabilité dans un hôtel ou une entreprise touristique	Gérer les budgets, superviser les opérations comptables, préparer les rapports financiers, assurer la conformité aux réglementations.	Coordonner avec d'autres départements pour collecter et analyser les données financières. Communiquer avec les fournisseurs, les créanciers et les banques pour gérer les transactions financières et les comptes de l'hôtel.

Les services hôteliers

Les services d'accueil et de réception

Termes	Définition	Situations de communication
Réservation	Processus par lequel un client réserve une chambre ou un service dans un hôtel pour une période spécifique.	Un client appelle l'hôtel pour réserver une chambre pour trois nuits.
Check-in / Check-out	Processus où les clients arrivent à l'hôtel pour s'enregistrer (check-in) et quittent l'hôtel après avoir payé et rendu les clés (check-out).	À l'arrivée, un client se présente à la réception pour s'enregistrer et obtenir sa clé de chambre. Au départ, il rend sa clé et paie sa facture à la réception.
Clé de chambre	Clé magnétique ou carte utilisée pour accéder à la chambre réservée.	Un client perd sa clé de chambre et demande à la réception d'en fournir une nouvelle.

Carte magnétique	Carte utilisée pour accéder à la chambre ou aux équipements de l'hôtel	Un client rencontre des problèmes pour accéder à sa chambre et demande à la réception de remplacer sa carte magnétique.
Confirmation de réservation	Document confirmant la réservation d'une chambre ou d'un service dans un hôtel	Un client reçoit un e-mail de confirmation de réservation après avoir effectué sa réservation en ligne.
Service de conciergerie	Service de l'hôtel offrant une assistance aux clients pour leurs besoins et demandes spéciales.	Un client demande à la conciergerie de réserver une table dans un restaurant local.Navette : Un client contacte l'hôtel pour demander à être pris en charge à l'aéroport.
Centre d'affaires	Espace équipé de matériel et de services pour les besoins professionnels des clients, tels que l'accès à Internet, l'impression, la photocopie, etc.	Un client se rend au centre d'affaires pour imprimer des documents importants avant une réunion.
Service de d'affaires	Assistance aux clients pour leurs besoins professionnels pendant leur séjour à l'hôtel.	Un client en voyage d'affaires contacte la réception pour demander des informations sur les équipements disponibles pour organiser une réunion dans le centre d'affaires de l'hôtel.
Navette	Service de transport proposé par l'hôtel pour déplacer les clients vers des destinations spécifiques, comme l'aéroport ou le centre-ville.	Un client contacte l'hôtel pour demander à être pris en charge à l'aéroport.
Bagagiste	Employé de l'hôtel chargé d'aider les clients à porter leurs bagages lors de l'arrivée et du départ.	À l'arrivée, un client demande à un bagagiste de l'aider à porter ses bagages jusqu'à sa chambre.
Les services d'hébergement		
Chambre simple / double / twin	Types de chambres proposées par l'hôtel, pouvant accueillir respectivement une, deux ou deux lits séparés.	Un client appelle pour réserver une chambre double pour lui et son partenaire.À l'arrivée, un client demande à changer sa chambre double pour une chambre twin.

Service en chambre/Room service	Service permettant aux clients de commander de la nourriture, des boissons ou d'autres articles à déguster dans le confort de leur chambre d'hôtel	Un client utilise le téléphone de sa chambre pour contacter le service en chambre et passer une commande pour le dîner.Un membre du personnel du service en chambre apporte les repas commandés à la chambre du client et les dispose sur la table prévue à cet effet.
Service de blanchisserie	Service offert par l'hôtel permettant aux clients de faire laver leurs vêtements	Un client appelle la réception pour organiser la collecte de ses vêtements à laver.Un client récupère ses vêtements propres à la réception après avoir utilisé le service de blanchisserie
Ascenseur	Dispositif mécanique permettant aux clients de se déplacer facilement entre les différents étages de l'hôtel.	Un client demande à la réception l'emplacement de l'ascenseur le plus proche.Un client signale à la réception un problème avec l'ascenseur
Suite / Studio / Appartement	Types d'hébergement plus spacieux et luxueux offerts par l'hôtel, comprenant souvent des espaces de vie supplémentaires.	Un client appelle pour réserver une suite pour une occasion spéciale.Un client demande des informations sur les équipements disponibles dans les appartements de l'hôtel
Les services de restauration		
Petit-déjeuner inclus	Option où le petit-déjeuner est inclus dans le prix de la chambre de l'hôtel, offrant aux clients un repas le matin sans frais supplémentaires.	Un client vérifie les détails de sa réservation pour s'assurer que le petit-déjeuner est inclus.À l'arrivée, un client se renseigne sur les horaires et les options disponibles pour le petit-déjeuner inclus.
Petit-déjeuner buffet	Service de petit-déjeuner où les clients ont accès à une variété de plats et de boissons disposés sur un buffet	Un client appelle pour réserver une table pour le petit-déjeuner buffet le lendemain matin.Un client demande des informations sur les options disponibles

		au buffet pour les personnes allergiques
Menu du jour	Sélection de plats spéciaux proposés par le restaurant de l'hôtel pour le déjeuner ou le dîner, souvent basée sur des ingrédients de saison ou des plats locaux	Un client consulte le menu du jour affiché dans le restaurant pour faire son choix de plat.Un serveur explique les options du menu du jour à un client intéressé
Restaurant de l'hôtel	Lieu où les clients peuvent dîner et déguster une variété de plats et de boissons proposés par l'établissement	Un client appelle pour réserver une table au restaurant de l'hôtel pour le dîner.Un client demande des informations sur les heures d'ouverture et les options de restauration disponibles
Bar de l'hôtel	Espace où les clients peuvent se détendre et profiter d'une sélection de boissons alcoolisées et non alcoolisées	Un client se rend au bar de l'hôtel pour commander des boissons après une longue journée de voyage.Un membre du personnel du bar informe un client des promotions en cours pendant l'heure de happy hour
Service en terrasse	Possibilité pour les clients de profiter de leurs repas ou de leurs boissons à l'extérieur, sur une terrasse aménagée de l'hôtel	Un client demande à la réception s'il est possible de réserver une table en terrasse pour le déjeuner.Un serveur prend la commande d'un client assis à une table en terrasse
Service de traiteur	Service permettant aux clients de commander des repas spéciaux ou des événements privés organisés par l'hôtel, souvent en dehors des locaux de restauration habituels	Un client contacte le service de traiteur pour organiser un banquet privé lors d'un événement spécial.Un organisateur d'événement discute des options de menu avec le service de traiteur pour un mariage qui se tiendra à l'hôtel
Brunch	Repas qui combine le petit-déjeuner et le déjeuner, généralement servi tard dans la matinée ou en début d'après-midi, offrant une variété de plats sucrés et salés	Un client appelle pour réserver une table pour le brunch du dimanche avec des amis.Un serveur explique les options de menu disponibles lors du

		brunch à un client intéressé.
Menu enfants	Sélection de plats spécialement conçus pour les enfants, proposés dans les restaurants de l'hôtel.	Un parent demande au serveur de lui montrer le menu enfants pour que son enfant puisse choisir son repas.Un client contacte le restaurant pour vérifier s'ils proposent des options végétariennes sur le menu enfants.
Happy hour	Période spécifique pendant laquelle les boissons sont proposées à prix réduit dans le bar de l'hôtel.	Un client demande à la réception les horaires de l'heure de happy hour au bar.Un membre du personnel du bar annonce aux clients la promotion en cours pour l'heure de happy hour.
Les services de transports		
Service de transport en commun	Informations fournies par l'hôtel sur les options de transport public disponibles à proximité.	Un client demande à la réception comment se rendre au centre-ville en utilisant les transports en commun.Un membre du personnel de l'hôtel fournit des horaires de bus à un client souhaitant explorer la région.
Service de taxi/limousine/chauffeur	Assistance fournie par l'hôtel pour organiser des services de transport privés pour les clients.	Un client contacte la réception pour réserver un taxi pour se rendre à l'aéroport.Un organisateur d'événement demande au service de limousine de transporter des invités à une réception.
Service de réservation de transport	Service offert par l'hôtel pour réserver des moyens de transport tels que des taxis, des limousines ou des services de chauffeur pour les clients	Un client contacte la réception pour demander la réservation d'un service de transport vers une destination spécifique.Un membre du personnel de l'hôtel aide un client à organiser un transfert depuis l'aéroport en réservant un véhicule.

Service de voiturier	Service où les clients peuvent confier leur voiture à un personnel de l'hôtel qui se charge de la garer et de la récupérer selon leurs besoins.	Un client appelle la réception pour demander à ce qu'un voiturier lui apporte sa voiture.Un client se renseigne sur les tarifs et les horaires de service du voiturier à la réception.
Navette aéroportuaire/navette locale	Service de transport proposé par l'hôtel pour transporter les clients entre l'aéroport et l'établissement, ou pour offrir des trajets vers des attractions locales	Un client contacte la réception pour réserver une place dans la navette aéroportuaire pour son vol de départ.Un membre du personnel informe les clients des horaires de la navette locale vers les principaux sites touristiques de la ville.
Location de voiture/location de vélos	Service offert par l'hôtel permettant aux clients de louer des voitures ou des vélos pour explorer la région.	Un client se rend à la réception pour louer un vélo pour la journée.Un membre du personnel informe un client sur les procédures de location de voiture disponibles à l'hôtel.
Parking	Espace réservé où les clients peuvent garer leurs véhicules pendant leur séjour à l'hôtel.	Un client se renseigne sur les tarifs de stationnement à la réception.Un client demande des informations sur les mesures de sécurité du parking avant de garer sa voiture.
Services généraux		
Wi-Fi gratuit	Service offert par l'hôtel permettant aux clients d'accéder à Internet sans frais supplémentaires dans les espaces communs et les chambres.	Un client demande le mot de passe Wi-Fi à la réception lors de l'enregistrement.Un client signale un problème de connexion Wi-Fi à la réception pour obtenir de l'aide.
Parking		
Centre de remise en forme	Espace équipé d'appareils de fitness et de musculation pour que les clients puissent faire de l'exercice pendant leur séjour à l'hôtel.	Un client demande des informations sur les horaires d'ouverture du centre de remise en forme

		à la réception.Un client réserve une séance de fitness avec un instructeur personnel disponible au centre de remise en forme.
SPA / Centre de bien-être	Installation offrant une gamme de services de relaxation et de soins du corps, tels que des massages, des soins du visage et des traitements de spa.	Un client prend rendez-vous pour un massage relaxant au spa de l'hôtel.Un membre du personnel du spa recommande à un client un traitement adapté à ses besoins de bien-être.
Piscine	Installation où les clients peuvent nager et se détendre, généralement équipée de chaises longues et de parasols	Un client demande des informations sur les règles de la piscine à la réception.Un client signale un problème de propreté de la piscine à un membre du personnel pour qu'il intervienne.
Salle de conférence / Réunion	Espace spécialement conçu pour accueillir des réunions, des conférences et d'autres événements professionnels.	Un organisateur d'événement contacte le service des ventes de l'hôtel pour réserver une salle de conférence pour une réunion d'affaires.Un client demande à la réception de réserver une salle de réunion pour une présentation importante.
Salle de massage, thérapie et soin du visage	Espace dédié aux soins corporels tels que les massages, les thérapies et les soins du visage, offrant aux clients une expérience de détente et de rajeunissement.	Un client prend rendez-vous pour un massage relaxant dans la salle de massage.Un client demande des informations sur les différents types de soins du visage disponibles au spa de l'hôtel.
Salle d'activités récréatives et de divertissement	Espace où les clients peuvent participer à diverses activités récréatives et de divertissement proposées par l'hôtel, telles que des jeux de société, des cours de danse ou des projections de films.	Un client se renseigne sur le programme des activités récréatives à la réception.Un client demande à un membre du personnel des informations sur les équipements disponibles dans la salle d'activités récréatives.

Équipements pour personnes à mobilité réduite	Installations et services spécialement conçus pour répondre aux besoins des clients à mobilité réduite, garantissant leur confort et leur sécurité pendant leur séjour à l'hôtel.	Un client informe la réception de ses besoins en matière d'accessibilité et demande une chambre équipée pour les personnes à mobilité réduite.Un membre du personnel de l'hôtel assiste un client à mobilité réduite en lui fournissant un fauteuil roulant pour se déplacer dans l'établissement.
Services des événements		
Planification événementielle	Service offert par l'hôtel pour aider les clients à organiser divers événements tels que des mariages, des réceptions, des conférences ou des fêtes privées. Les services de planification événementielle comprennent la coordination des détails logistiques, la réservation de salles, la gestion des repas et des boissons, ainsi que l'organisation de divertissements ou d'activités spéciales.	Un client contacte le service des événements spéciaux de l'hôtel pour discuter des options disponibles pour son mariage.Un organisateur d'événement rencontre un membre du personnel de l'hôtel pour planifier une conférence d'entreprise.
Salles de réception	Espaces spécialement conçus pour accueillir des événements tels que des mariages, des réceptions, des banquets ou des conférences. Les salles de réception peuvent varier en taille et en aménagement pour répondre aux besoins spécifiques de chaque événement.	Un client visite l'hôtel pour inspecter les différentes salles de réception disponibles pour son événement.Un organisateur d'événement réserve une salle de réception spécifique pour une réception de mariage.
Service de restauration pour événements spéciaux	Service offert par l'hôtel pour fournir des repas et des boissons lors d'événements spéciaux tels que des mariages, des réceptions ou des fêtes d'entreprise. Le service de restauration pour événements spéciaux comprend souvent la personnalisation du menu en fonction des préférences du client et des besoins diététiques.	Un client rencontre le chef de cuisine de l'hôtel pour discuter des options de menu pour son événement spécial.Un organisateur d'événement coordonne les détails logistiques avec le service de restauration pour une réception d'anniversaire.
Service de traiteur pour événements	Service permettant aux clients de commander des plats spéciaux ou des repas pour des événements spéciaux organisés en dehors des locaux de restauration de l'hôtel. Le service de traiteur pour événements peut inclure	Un client contacte le service de traiteur de l'hôtel pour commander des plateaux de hors-d'œuvre pour une fête à domicile.Un organisateur

	la livraison des repas, la mise en place et le service sur place.	d'événement discute des options de menu avec le service de traiteur pour un événement d'entreprise dans une salle louée à l'extérieur.
Équipements audiovisuels	Matériel et services fournis par l'hôtel pour répondre aux besoins audiovisuels lors d'événements tels que des présentations, des conférences ou des projections. Les équipements audiovisuels peuvent inclure des projecteurs, des écrans, des systèmes de sonorisation, des microphones et des équipements de vidéoconférence.	Un organisateur d'événement demande à la réception de réserver un projecteur et un écran pour une présentation.Un client contacte le service technique de l'hôtel pour obtenir de l'aide avec le système audio pendant une conférence.

Annexe 2: Glossaire (terminologie du tourisme)

Les métiers existant dans le secteur du tourisme			
Agence touristique			
Les professions	**Définitions**	**Rôle et tâches**	**Situations de communication**
Gérant de l'agence	Le gérant de l'agence est responsable de la gestion globale de l'agence de voyage, y compris la supervision du personnel, la gestion des opérations quotidiennes et la prise de décisions stratégiques	Le gérant supervise les opérations, élabore des stratégies de croissance, gère les finances, assure le respect des réglementations, établit des partenariats avec des fournisseurs de voyage, etc	Le gérant communique avec le personnel pour coordonner les activités, avec les clients pour répondre à leurs besoins et résoudre les problèmes, et avec les partenaires commerciaux pour établir des relations.
Chef commercial	Le chef commercial est responsable du développement des affaires et de la génération de revenus pour l'agence de voyage, en identifiant de nouvelles opportunités commerciales et en entretenant des relations avec les clients existants.	Le chef commercial élabore des stratégies de vente, prospecte de nouveaux clients, négocie des contrats avec des partenaires commerciaux, analyse les tendances du marché, etc.	Le chef commercial communique avec les clients pour comprendre leurs besoins, avec l'équipe de vente pour coordonner les activités, et avec les partenaires commerciaux pour négocier des accords.
Agent de réservation	L'agent de réservation est chargé de prendre les réservations de voyage pour les clients, y compris les vols, les hébergements, les locations de voitures, etc	L'agent de réservation prend les appels des clients, recueille les informations nécessaires, vérifie la disponibilité, confirme les réservations et traite les paiements.	L'agent de réservation communique avec les clients pour comprendre leurs besoins de voyage et avec les fournisseurs de services pour vérifier la disponibilité et confirmer les réservations.
Agent de billetterie	L'agent de billetterie est responsable de la vente de billets de transport, tels que les billets d'avion, de train, de bus, etc.	L'agent de billetterie assiste les clients dans l'achat de billets, fournit des informations sur les horaires et les tarifs, émet les billets et traite les paiements	L'agent de billetterie communique avec les clients pour les conseiller sur les options de voyage et avec les compagnies de transport pour vérifier les disponibilités et émettre les billets.
Agent de voyage	L'agent de voyage aide	L'agent de voyage	L'agent de voyage

	les clients à planifier et à organiser leurs voyages en proposant des itinéraires, en réservant des vols, des hébergements, des visites guidées, etc.	conseille les clients sur les destinations, élabore des itinéraires personnalisés, réserve les services de voyage, fournit des informations sur les formalités administratives, etc.	communique avec les clients pour comprendre leurs préférences et besoins de voyage, avec les fournisseurs de services pour effectuer les réservations, et avec les partenaires commerciaux pour obtenir des offres spéciales
Responsable d'accueil dans un office de tourisme	Le responsable d'accueil dans un office de tourisme est chargé d'accueillir les visiteurs, de leur fournir des informations touristiques sur la région et de les orienter vers les attractions locales.	Le responsable d'accueil fournit des informations sur les sites touristiques, les événements locaux, les activités de loisirs, etc., distribue des brochures et des cartes, répond aux questions des visiteurs, etc.	Le responsable d'accueil communique avec les visiteurs pour répondre à leurs demandes d'informations touristiques, avec les partenaires locaux pour obtenir des mises à jour sur les événements et les attractions, et avec les autorités locales pour coordonner les initiatives touristiques.
Animateur/animatrice touristique	L'animateur/animatrice touristique organise et anime des activités de loisirs et des visites guidées pour les touristes dans une destination donnée	L'animateur/animatrice touristique conçoit des programmes d'animation, guide des visites touristiques, organise des activités de groupe, assure la sécurité des participants, etc.	L'animateur/animatrice touristique communique avec les touristes pour expliquer les activités proposées, avec les fournisseurs de services pour coordonner les activités, et avec les autorités locales pour obtenir des autorisations.
Agent de location de véhicules	L'agent de location de véhicules assiste les clients dans la location de voitures, de vans, de motos, etc., pour leurs déplacements pendant leur séjour.	L'agent de location de véhicules fournit des informations sur les véhicules disponibles, élabore des contrats de location, traite les paiements, inspecte les véhicules avant et après la location, etc.	L'agent de location de véhicules communique avec les clients pour comprendre leurs besoins de transport, avec les fournisseurs pour vérifier la disponibilité des véhicules, et avec les autorités pour respecter les réglementations locales.
Responsable marketing dans le tourisme	Le responsable marketing dans le tourisme est chargé de développer et de mettre en œuvre des stratégies	Le responsable marketing élabore des campagnes publicitaires, gère les médias sociaux,	Le responsable marketing communique avec les agences de publicité pour développer des campagnes, avec les

	marketing pour promouvoir les destinations touristiques, les attractions et les services de voyage.	organise des événements promotionnels, analyse les données de marché, etc	médias pour obtenir une couverture médiatique, avec les partenaires touristiques pour coordonner des initiatives promotionnelles, etc.
Agent de développement des affaires	L'agent de développement des affaires cherche de nouvelles opportunités commerciales pour l'entreprise touristique, telles que des partenariats, des contrats avec des entreprises locales, etc.	L'agent de développement des affaires identifie les opportunités de croissance, négocie des accords commerciaux, établit des relations avec des partenaires potentiels, etc.	L'agent de développement des affaires communique avec les entreprises locales pour explorer des partenariats, avec les clients potentiels pour présenter les services de l'entreprise, et avec les collègues pour coordonner les efforts de développement commercial.
Agent de service client	L'agent de service client assiste les clients avant, pendant et après leur voyage pour répondre à leurs questions, résoudre leurs problèmes et assurer leur satisfaction.	L'agent de service client répond aux appels téléphoniques et aux e-mails, gère les plaintes et les réclamations, fournit des informations sur les services de voyage, etc.	L'agent de service client communique avec les clients pour résoudre les problèmes rencontrés pendant leur voyage, avec les collègues pour obtenir des informations sur les réservations des clients, et avec les partenaires pour coordonner les solutions aux problèmes des clients
Guide touristique	Le guide touristique accompagne les visiteurs lors de visites guidées pour leur fournir des informations sur les sites touristiques, l'histoire, la culture et d'autres aspects de la destination.	Le guide touristique planifie les itinéraires, anime les visites guidées, répond aux questions des participants, assure leur sécurité, etc.	Le guide touristique communique avec les touristes pour partager des informations sur les attractions, avec les autorités locales pour obtenir des autorisations de visite, et avec les partenaires pour organiser des visites spéciales. Ex: Guide : Bonjour chers touristes, nous sommes à la Casbah, un lieu très populaire en Algérie, qui s contient près de 50

			maisons traditionnelles La Casbah est un quartier historique emblématique d'Alger, en Algérie. Il est connu pour ses ruelles étroites, ses maisons traditionnelles en pierre blanche, ses places animées et ses vues panoramiques sur la mer Méditerranée. C'est un lieu chargé d'histoire, avec des vestiges remontant à l'époque ottomane et des influences architecturales variées. La Casbah est inscrite au patrimoine mondial de l'UNESCO en raison de son importance culturelle et historique. Les touristes :C'est merveilleux à entendre ! La Casbah est vraiment un endroit spécial avec son charme historique et ses vues spectaculaires. Nous sommes ravis que vous l'ayez apprécié. Avez-vous découvert d'autres sites intéressants à Alger ?
agent de l'aéroport	L'agent de l'aéroport travaille dans les aéroports pour assister les passagers lors de leur passage à travers les contrôles de sécurité, l'enregistrement des bagages, etc.	L'agent de l'aéroport guide les passagers, répond à leurs questions, vérifie les documents de voyage, aide en cas de problème avec les bagages, etc.	L'agent de l'aéroport communique avec les passagers pour les orienter, avec les compagnies aériennes pour coordonner les services aux passagers, et avec les autorités pour assurer la sécurité et le bon fonctionnement de l'aéroport.
Entreprise du tourisme			
Professions	**Définitions**	**Rôle et tâches**	**Situations de communication**
hôtesse de l'air	L'hôtesse de l'air travaille à bord des avions pour assurer le	L'hôtesse de l'air accueille les passagers, effectue les	L'hôtesse de l'air communique avec les passagers pour fournir

	confort, la sécurité et le bien-être des passagers pendant les vols.	démonstrations de sécurité, sert les repas et les boissons, répond aux besoins des passagers, etc.	des informations sur le vol, répondre à leurs demandes, et avec l'équipage pour coordonner les tâches pendant le vol.
Personnel du service clientèle dans les aéroports et les gares	Le personnel du service clientèle travaille dans les aéroports et les gares pour aider les passagers avec les formalités d'enregistrement, les informations sur les vols et les trains, etc.	Le personnel du service clientèle accueille les passagers, répond à leurs questions, les guides vers les différentes installations, etc.	Le personnel du service clientèle communique avec les passagers pour les aider, avec les autorités pour coordonner les opérations, et avec les compagnies de transport pour obtenir des informations sur les vols et les trains.
Consultant en développement touristique	Le consultant en développement touristique offre des services de conseil aux entreprises, aux gouvernements et aux organisations sur les stratégies de développement touristique.	Le consultant en développement touristique effectue des analyses de marché, propose des recommandations stratégiques, aide à la planification de projets touristiques, etc.	Le consultant en développement touristique communique avec les clients pour comprendre leurs besoins, avec les experts pour obtenir des informations pertinentes, et avec les parties prenantes pour discuter des recommandations.
Employés du transport touristique	Les employés du transport touristique travaillent dans le secteur du transport pour fournir des services aux voyageurs, tels que les conducteurs de bus, les chauffeurs de taxi, etc.	Les employés du transport touristique conduisent les véhicules, aident les passagers, fournissent des informations sur les itinéraires, etc.	Les employés du transport touristique communiquent avec les passagers pour les assister, avec les autorités pour respecter les réglementations, et avec les entreprises pour coordonner les services.
Personnel de loisirs	Le personnel de loisirs travaille dans des installations touristiques telles que des parcs d'attractions, des centres de loisirs, des spas, etc., pour offrir des activités récréatives aux visiteurs.	Le personnel de loisirs organise des activités, assure la sécurité des participants, fournit des instructions, etc.	Le personnel de loisirs communique avec les visiteurs pour expliquer les activités disponibles, avec les collègues pour coordonner les activités, et avec les responsables pour signaler les problèmes.
Chefs et personnel de restaurants et cafés du tourisme	Les chefs et le personnel de restaurants et cafés du tourisme travaillent dans des établissements	Les chefs préparent les repas, le personnel assure le service, prend les commandes, etc.	Le personnel de restauration communique avec les clients pour prendre leurs

	de restauration qui accueillent les touristes.		commandes, avec les collègues pour coordonner le service, et avec la direction pour signaler les besoins et les problèmes
Enseignantes /formateurs en tourisme	Les enseignants/formateurs en tourisme travaillent dans des institutions éducatives pour former les futurs professionnels du tourisme.	Les enseignants dispensent des cours sur les aspects théoriques et pratiques du tourisme, conçoivent des programmes d'études, évaluent les étudiants, etc.	Les enseignants communiquent avec les étudiants pour enseigner le contenu du cours, avec les collègues pour coordonner les activités pédagogiques
Agent de sécurité	L'agent de sécurité travaille dans diverses installations touristiques pour assurer la sécurité des visiteurs, du personnel et des biens.	L'agent de sécurité patrouille les lieux, surveille les caméras de sécurité, intervient en cas d'incident, etc.	L'agent de sécurité communique avec les visiteurs pour les orienter, avec les collègues pour coordonner les patrouilles, et avec les responsables pour signaler les incidents.
Employés de l'accueil touristique :	Les employés de l'accueil touristique travaillent dans des établissements d'hébergement tels que des hôtels, des auberges, etc., pour accueillir et assister les clients.	Les employés de l'accueil enregistrent les clients, leur remettent les clés, répondent à leurs questions, etc.	Les employés de l'accueil communiquent avec les clients pour répondre à leurs besoins, avec les collègues pour coordonner les tâches, et avec la direction pour signaler les problèmes
Personnel des musées et des attractions	Le personnel des musées et des attractions travaille dans des sites touristiques tels que des musées, des monuments, etc., pour accueillir les visiteurs et leur fournir des informations sur les lieux.	Le personnel assure la surveillance des installations, fournit des explications sur les expositions, etc.	Le personnel communique avec les visiteurs pour les guider, avec les collègues pour coordonner les activités, et avec la direction pour signaler les problèmes.
Les services touristiques			
Agence de voyage			
Termes	**Définitions**		**Situations de communication**
Service billetterie	Un service de billetterie propose la		Lorsque vous souhaitez acheter des

	réservation et l'émission de billets pour les vols, les trains, les bus ou d'autres modes de transport	billets de transport pour un voyage spécifique ou pour un événement tel qu'un concert ou un spectacle
Réservation de vols	Service permettant de réserver des vols auprès de compagnies aériennes pour des voyages nationaux ou internationaux	Lorsque vous planifiez un voyage et que vous avez besoin de réserver des vols pour vos déplacements
Forfaits vacances	Offres combinées comprenant généralement des vols, des hébergements et des activités touristiques à un prix global avantageux	Lorsque vous recherchez une option de voyage tout compris pour simplifier la planification de vos vacances
Visites guidées et excursions	Services proposant des visites organisées avec un guide pour découvrir des destinations touristiques spécifiques	Lorsque vous souhaitez explorer une nouvelle destination avec l'aide d'un guide local pour en apprendre davantage sur sa culture, son histoire et ses attractions
Réservation de location de voitures	Service permettant de réserver des véhicules de location pour une période déterminée pendant un voyage	Lorsque vous avez besoin d'un moyen de transport sur place pendant votre voyage et que vous envisagez de louer une voiture
Services de transfert	Services de transport entre l'aéroport, l'hôtel et d'autres destinations pour assurer un transfert facile et sûr	Lorsque vous arrivez dans une nouvelle ville et avez besoin d'un moyen de transport pour vous rendre de l'aéroport à votre hébergement
Services de visa et de passeport	Services d'assistance pour l'obtention de visas et de passeports pour les voyages internationaux	Lorsque vous prévoyez un voyage à l'étranger et que vous avez besoin d'aide pour obtenir les documents de voyage nécessaires
Services de conseil en voyage	Services offrant des conseils personnalisés sur les destinations, les itinéraires et les options de voyage en fonction des préférences et des besoins individuels	Lorsque vous recherchez des recommandations et des conseils pour planifier un voyage en fonction de vos intérêts et de votre budget
Croisières	Voyages en bateau proposant des itinéraires spécifiques avec des escales dans différentes destinations	Lorsque vous envisagez de faire une croisière et que vous avez besoin d'informations sur les différentes options disponibles
Entreprise touristique		
Hébergement	Services offrant des options d'hébergement telles que des hôtels, des auberges, des locations de vacances, etc.	Lorsque vous recherchez un endroit pour séjourner pendant vos vacances ou vos déplacements
Restauration	Services proposant des options de	Lorsque vous recherchez des

	restauration telles que des restaurants, des cafés, des services de traiteur, etc.	recommandations de restaurants ou des services de traiteur pour un événement spécial.
Guides touristiques	Services offrant des visites guidées personnalisées pour découvrir les attractions locales et en apprendre davantage sur l'histoire et la culture	Lorsque vous souhaitez explorer une destination avec un guide local pour une expérience enrichissante et instructive
Transports	Services de transport local tels que des taxis, des services de navette, des locations de vélos, etc.	Lorsque vous avez besoin de vous déplacer dans une destination touristique et que vous recherchez des options de transport pratiques
Activités de loisir	Services offrant une gamme d'activités récréatives telles que des sports nautiques, des excursions en plein air, des visites de vignobles, etc.	Lorsque vous souhaitez participer à des activités de loisirs pendant vos vacances ou vos voyages d'affaires
Voyages organisés	Services proposant des voyages organisés avec des itinéraires prédéfinis, incluant souvent des visites touristiques, des repas et des activités	Lorsque vous préférez un itinéraire pré-planifié avec des activités incluses pour votre voyage
Services de divertissement	Services offrant des divertissements tels que des spectacles, des concerts, des événements sportifs, etc.	Lorsque vous recherchez des activités de divertissement locales à inclure dans votre itinéraire de voyage

Annexe 3: Correction des copies

La copie	L'erreur	Le type	La correction	Évaluation générale
1	Joue un rôl (Essentielle Essenciel) Promovoir Largements La langue français Les distinations Accuellir Carrier-carriére Dans les pays francophones et e les destinations ..... en particulier dans les pays francophones et les distination) Communication avec les clients acceil des touristes francophones promotion des destinations .....elle est essentielle pour communiquer avec les touristes francophones promovoir les destinations francophones	Orthographe Orthographe Orthographe Orthographe Grammatical Orthographe Orthographe Orthographe Ponctuation Erreur de Répétition et de Cohérence	Rôle Essentiel Promouvoir La langue française Destinations Carrière Accueillir Dans les pays francophones et les destinations Elle est essentielle pour communiquer avec les touristes francophones et promouvoir des destinations francophones	Le paragraphe est généralement bon, mais il contient beaucoup d'erreurs et de répétitions, ainsi qu'un manque d'enchaînement des idées.
2	La langue français Promovoir Leur permet	Erreurs d'orthographe	La langue française Promouvoir Leur permettent	Le paragraphe est bien construit et les idées sont cohérentes, avec l'utilisation appropriée de connecteurs et de ponctuation
3	Dons ce domaine Et particulierement le français qui est indispensable Ainsi ques	Erreurs d'orthographe	Dans ce domaine Ainsi que	Le paragraphe est quelque peu confus et contient de nombreuses erreurs qui entravent la compréhension du lecteur
4	L'algérie a actuellement un paysage linguistique assez riche Le français est un outil de travail important pour les algériens L'utulisation de cette langue française Dans le nombreuse de pays Cependent,langue un obstacle empêche de	Erreurs d'orthographes	Utilisation Nombreux La langue Du tourisme L'Algérie a actuellement un paysage linguistique assez riche. Le français est un outil de	Le paragraphe est bon, mais il nécessite de la cohérence, de la cohésion et une progression logique des idées. Il n'est pas clair.

	développement activité les agences de voyages dans le domaine de tourisme		travail important pour les Algériens. L'utilisation de cette langue française dans de nombreux pays. Cependant, la langue est un obstacle qui empêche le développement des activités des agences de voyages dans le domaine du tourisme	
5	De services présents (Elle joue le rôle d'intermédiaire……elle joue un grand rôle dans ce domaine) Les différents presentaires	Erreur d'orthographe Erreur de répétition	Les différentes présentations De services présents. Elle joue un rôle d'intermédiaire crucial dans ce domaine. Les différents prestataires	Le paragraphe est trop court, il manque d'explication et d'expression supplémentaires
6	Les agences doivent donc être capables de plusieurs langue.pour que les passageres eviennent a ce meme agence.hotel Il faut qu'ils soit compliet satisfaits,pour devenir des client parmanents La communication quelle soit enterne ou externe Donc toute personne Qui trvaille doit au moin maîtriser des langue etrangeres et particulierement le francais qui est indispensable Message claire et envoyé	Erreur d'orthographe Orthographe Orthographe Erreur de ponctuation Erreur de conjugaison Erreurs d'orthographe	De plusieurs langues Pour que les passagers Reviennent à cette même agence, hôtel soient Complets Permanents Interne Travaille Au moins Prépondérante Les agences doivent donc être capables de plusieurs langues pour que les passagers reviennent à cette même agence, hôtel. Il faut qu'ils soient complets et satisfaits pour devenir des clients permanents. La	Les idées dans le paragraphe sont intéressantes, mais il y a des perturbations et des difficultés dans la cohésion des idées

			communication, qu'elle soit interne ou externe, est donc essentielle. Ainsi, toute personne qui travaille doit au moins maîtriser des langues étrangères, et particulièrement le français, qui est indispensable pour une communication claire et efficace. Une place prépondérante. De nombreuses régions. Il est essentiel de comprendre et de respecter leurs besoins culturels et linguistiques pour offrir un service mémorable	
7	Une place prépondérsnte Nombreuses régions De comprendre et de respecter leurs besoins culturels et linguistiques et mémorable	Orthographe Grammatical Erreur de choix	Une place primordiale Nombreuses pays est plus adéquat Il doit supprimer le mot (Mémorable)	Le paragraphe est ordinaire, manquant de clarté dans le sens et de cohérence dans les idées
8	La langue français tré important pour notre secteure pour vente des produit … Etrangée…maitriseé…la langeue…ausi…les etablissment hôtelieres uristique…destinatair…lies touristique	Erreurs d'orthographe	Très Secteur Vend Produits Etrangers Maîtriser La langue Aussi Les établissements Hôteliers Touristiques Destinataire Lieux touristique	Un paragraphe très médiocre, contenant de nombreuses erreurs linguistiques.
9	Le français est un véritable atout qui enrichit /facilite grandement la communication	Erreur de vocabulaire	Le français constitue un réel avantage qui enrichit et facilite considérablement la communication	Un paragraphe globalement bon, ne contenant pas de nombreuses erreurs mais manquant de certaines explications
10	Les etrangers	Orthographe	Étrangers	L'employé est hors

	Dans des secteurs de securité Cet article	Erreurs de malentendu	Secteur du tourisme ou hôtellerie et non de sécurité Consigne et non article	sujet et n'a pas bien compris la consigne. Il y a beaucoup de confusion et de malentendus dans son paragraphe
11	Ocupe Francophons Viennent à réservé des vols et faire des visa pour demander des rensignement Les anences En utulise Pour facilite Ce qui conserne les voyage En travaille avec les applications suivant: Les site web Systemme	Orthographe Orthographe Erre syntaxique Erreur grammaticale Orthographe Orthographe Conjugaison Grammaticale Orthographe Conjugaison Grammaticale orthographe	Occupe Francophones Viennent pour Visas Demander des renseignements Les annonces En utilise Pour faciliter Les voyages En travaillent Les sites web Systèmes La langue française occupe une place importante dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme. On les utilise pour communiquer avec les Francophones qui viennent pour réserver des vols et obtenir des visas, pour demander des renseignements. Pour faire des annonces publicitaires. On les utilise pour faciliter ce qui concerne les voyages. En travaillant avec les applications suivantes : les sites web, les systèmes	Il y a plusieurs erreurs linguistiques dans son écriture, mais les idées sont bonnes

Annexe 4: Le questionnaire

Questionnaire sur les besoins linguistiques dans le Secteur du Tourisme et de l'Hôtellerie en Algérie

Section 1 : Informations générales

1.1 Nom et prénom du répondant : ……...
1.2 Post actuel et entreprise / hôtel : ……..
1.3 Expérience dans le secteur de l'hôtellerie (en années):……

Section 2 : Compétences linguistiques actuelles

2.1 Pouvez-vous communiquer en français aisément lors de tâches simples et habituelles dans un contexte professionnel ?

Oui Un peu Non

2.2 Est-ce que vous trouvez des difficultés au niveau de la compréhension des mots de la spécialité ?

Oui Non

Si oui, comment peut-on remédier ce problème ?

a) Par l'explication détaillée et simple
b) En mémorisant le vocabulaire de la spécialité
c) Les traduire en langue arabe

2.3 Quels sont les compétences linguistiques que vous utilisez habituellement dans votre travail ?

a) Interaction avec un supérieur
b) Interaction avec les clients
c) Rédaction des emails
d) Présenter les services offerts
e) Autres (précisez)…….

2.4 Pratiquez-vous la langue française au travail ?

Oui Non

Si oui à quelle compétence linguistique avez-vous recours le plus souvent ?

L'écrit L'oral

Section 3 : Besoins linguistiques spécifiques

3.1 Quels sont les termes et les expressions récurrents propres au secteur de l'hôtellerie ?

……
……
……
……

3.2 Utilisez-vous le français oral pour

a) Accueillir les clients

b) Se présenter
c) Demander des informations aux clients
d) Passer un coup de fil et répondre aux appels
e) Autres (précisez)……

3.3 Pratiquez-vous la lecture en spécialité d'hôtellerie pour :

a) Lire les emails
b) Lire des lettres
c) Lire les documents officiels (les passeports, les billets d'avion…)
d) Autre (précisez)……..

Section 4 : Formation linguistique

4.1 Est-ce que le travail dans un hôtel nécessite-t-il un diplôme en langue française ?

Oui Non

4.2 Votre secteur professionnel de l'hôtellerie met-il à votre disposition de formations linguistiques spécialisées ?

Oui Non

Si oui, quels est l'aspect que vous trouvez le plus important dans ces formations ?

……
……
……

4.3 Quels sont les retours positifs observés après la mise en place de programme de formation linguistique dans les établissements hôteliers ?

……
……
…….

Section 5 : Adaptation à la diversité culturelle

5.1 Avez-vous déjà recueilli des touristes francophones dans votre hôtel ?

Oui Non

5.2 Comment adaptez-vous vos stratégies de communication pour tenir compte des différences culturelles de votre clientèle ?

……
……
……

5.3 Est-il important d'avoir une communication interculturelle dans un contexte hôtelier ?

Oui Un peu Non

Section 6 : Communication écrite

6.1 Utilisez-vous le français écrit au service d'hôtellerie pour :

a) Ecrire des lettres
b) Envoyer des emails aux clients
c) Ecrire des documents professionnels
d) Donner des directions
e) Ecrire des rapports

6.2 Avez-vous rencontré des défis de la langue écrite avec des clients francophones.

Oui Non

Si oui vous citez des exemples

……
……
……

Section 7 : Communication avec les clients

7.1 Comment mesurez-vous l'efficacité de la communication en termes de satisfaction des clients, et quelles améliorations-apportez-vous en fonction des retours obtenus ?

……
……
…….

7.2 Quelles sont les situations spécifiques de communication avec les clients qui nécessitent des compétences linguistiques particulières ?

a) Répondre aux plaintes
b) Résoudre des problèmes
c) Situations de service client délicates
d) Les interactions face à face
e) Autre (précisez)……..

7.3 Comment maitrisez-vous les exigences spécifiques des clients en termes linguistiques (exigences alimentaires, demandes de différents service clientèles…)

Section 8 : Formation contenue

8.1 Trouvez-vous intéressant de suivre une formation linguistique qui vous aide à rester compétent dans votre spécialité d'hôtellerie ?

a) Oui c'est intéressant
b) Très important
c) Indifférent
d) Pas important

8.2 Quels sont les formations linguistiques spécifiques que vous jugez essentielles pour la profession de l'hôtellerie ?

a) Formation culturelle et linguistique
b) Simulation d'interaction client
c) Formation en communication verbale et non verbale
d) Formations personnalisées en fonction des besoins
e) Autre (précisez)……

Section 9 : Gestion des plaintes

9.1 Comment votre établissement recueille-t-il les plaintes des clients d'un point de vue linguistique ?

……
……
……

9.2 Comment communiquez-vous de manière proactive avec les clients après une plainte pour reconstruire la confiance et encourager leur retour ?

……
……
……..

9.3 Quels sont les indicateurs clés de performance que vous utilisez pour évaluer l'efficacité de la gestion des plaintes dans votre hôtel ?

……
……
……..

Section 10 : Collaboration interne

10.1 Comment assurez-vous une collaboration harmonieuse entre le personnel et les différents autres établissements ?

……
……
…….....

10.2 Comment pouvez-vous améliorer la coordination entre les différents services de l'hôtellerie (restauration, hébergement, nettoyage,…)

a) En encourageant les réunions régulières
b) En favorisant la communication entre les services
c) Faciliter la messagerie instantanée
d) Autres (précisez)…….

Section 11 : Influence de la technologie

11.1 Quels outils pédagogiques pourraient être utiles pour améliorer le vocabulaire professionnel en français de l'hôtellerie ?

……
……
……

11.2 Comment votre hôtel utilise-t-il les plateformes de médias sociaux pour communiquer des informations importantes et interagir avec une clientèle mondiale ?

……
……
……

11.3 Comment les nouvelles technologies influent-elles sur la communication langagière dans les hôtels ?

a) Elles n'ont aucun impact
b) Elles facilitent la communication en temps réel
c) Elles rendent la communication linguistique obsolète

Section 12 : Evolution du secteur

12.1 Trouvez-vous que les formations linguistiques en hôtellerie sont-elles nécessaires pour l'évolution du secteur ?

Oui Un peu Non

12.2 Quelle est l'importance croissante des compétences linguistiques dans le secteur hôtellerie ?

a) Nulle
b) Modérée
c) Essentielle

Section 13 : Suggestions finales

……
……
……
……
……

Merci de prendre le temps de compléter ce questionnaire. Vos réponses sont essentielles pour orienter la conception d'un programme de formation linguistique adapté aux besoins réels du secteur.

Annexe 5: L'entretien

Entretien visant à Analyser de manière approfondie les besoins linguistiques et à identifier les compétences nécessaires dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme

1-Côté professionnel:

- Présentez- vous et parlez-moi de votre parcours professionnel dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme.
- Quelle est votre fonction et votre responsabilité à (L'hôtel /L'agence/L'entreprise touristique) ?
- En quoi votre rôle contribue-t-il à l'expérience globale du client ?
- Quels sont les défis majeurs auxquels vous êtes confronté dans votre travail ?
- Quelles sont les différentes professions qui existent à (L'hôtel /L'agence/L'entreprise touristique) ?
- Quels services votre établissement offre-t-ilà ses clients ?

2-Tâches linguistiques quotidiennes:

- Quelles sont les tâches linguistiques quotidiennesprésentes dans votre établissement ?
- Pourriez-vous nous décrire les expressions et les situations de communications les plus utilisées et récurrentes dans votre établissement tout au long de la journée ?
- Quels types de communications écrites sont fréquents dans votre (L'hôtel /L'agence/L'entreprise touristique) ?
- Comment utilisez-vous la communication écrite et sous quelle forme dans votre (L'hôtel /L'agence/L'entreprise touristique) ?
- Utilisez-vous le français avec les locaux ?
- Recevez-vous des clientèles internationales? ou travaillez-vous uniquement avec des locaux ?

3-Compétences linguistiques essentielles:

- Comment évaluez-vous vos compétences linguistiques (faibles, moyennes, bonnes) ?
- Quels sont les termes ou expressions spécifiques au secteur de l'hôtellerie et du tourisme que vous utilisez fréquemment ?
- Quelles compétences indispensables avez-vous le plus besoin pour interagir avec les clients ?
- Quelles sont les solutions qui pourraient vous aider à développer vos compétences linguistiques dans le milieu de travail ?
- Proposez-vous des moyens qui pourraient vous aider à développer votre niveau en français et vos compétences linguistiques dans votre environnement professionnel ?

4-Situations critiques:

- Avez-vous déjà été impliqué dans des situations critiques où la communication linguistique était essentielle pour résoudre un problème ?
- Comment gérez-vous les situations où des difficultés linguistiques ou un manque de maîtrise du français se présentent, et quelles stratégies utilisez-vous pour gérer ces moments de communication délicats avec les clients ou les collègues ?
- Dans quelles situations vous sentez incapable d'interagir avec les clients ou les collègues ?
- Avez-vous déjà été critiqué à cause de vos lacunes linguistiques ?

- Quels sont les défis spécifiques auxquels vous êtes confronté lors de la communication avec des clientèles internationaux ?

5-Besoins de formation linguistique:

- Avez-vous besoin d'une formation linguistique dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme ?
- Quels types de formation seraient bénéfiques pour vous ?
- Quelles sont vos lacunes linguistiques et langagières ?
- Quels sont vos besoins linguistiques que vous aimeriez voir prise en considération dans notre programme de formation linguistique ?
- À quels besoins linguistiques individuels espérez-vous répondre grâce à nos programmes de formation ?

6-Compétence culturelle:

  - Pouvez-vous décrire et illustrer par des exemples concrets des situations où la compréhension culturelle ainsi que la maîtrise de compétences linguistiques et culturelles spécifiques ont été essentielles pour offrir un service exceptionnel ?
  - Comment voyez-vous l'importance de l'interaction culturelle et de l'échange de connaissances avec des collègues issus de divers horizons culturels ?
- Avez-vous besoin de données culturelles sur les pays de votre clientèle ?
- Avez-vous des relations et des échanges interculturels avec des établissements de l'hôtellerie et du tourisme de différentes cultures ?
- Quels sont vos lacunes liées à aspect culturel ?
- Quel type de compétence culturelle trouveriez-vous utile pour votre situation ?

7-L'aspect technologique :

- Pensez-vous que l'aspect technologique revêt une importance primordiale dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme, notamment à l'ère de la technologie et du développement?
- Pensez- vous que la technologie puisse être au service de l'enseignement-apprentissage de français de spécialités (FOS)?
- Utilisez-vous des applications ou des outils technologiques pour faciliter la communication en français ?
- Quels sont les moyens technologiques que vous utilisez fréquemment et vous ont aidé à renforcer votre français ?
- Comment utilisez-vous les outils numériques pour développer et faciliter votre communication avec les clients et les autres employés ?

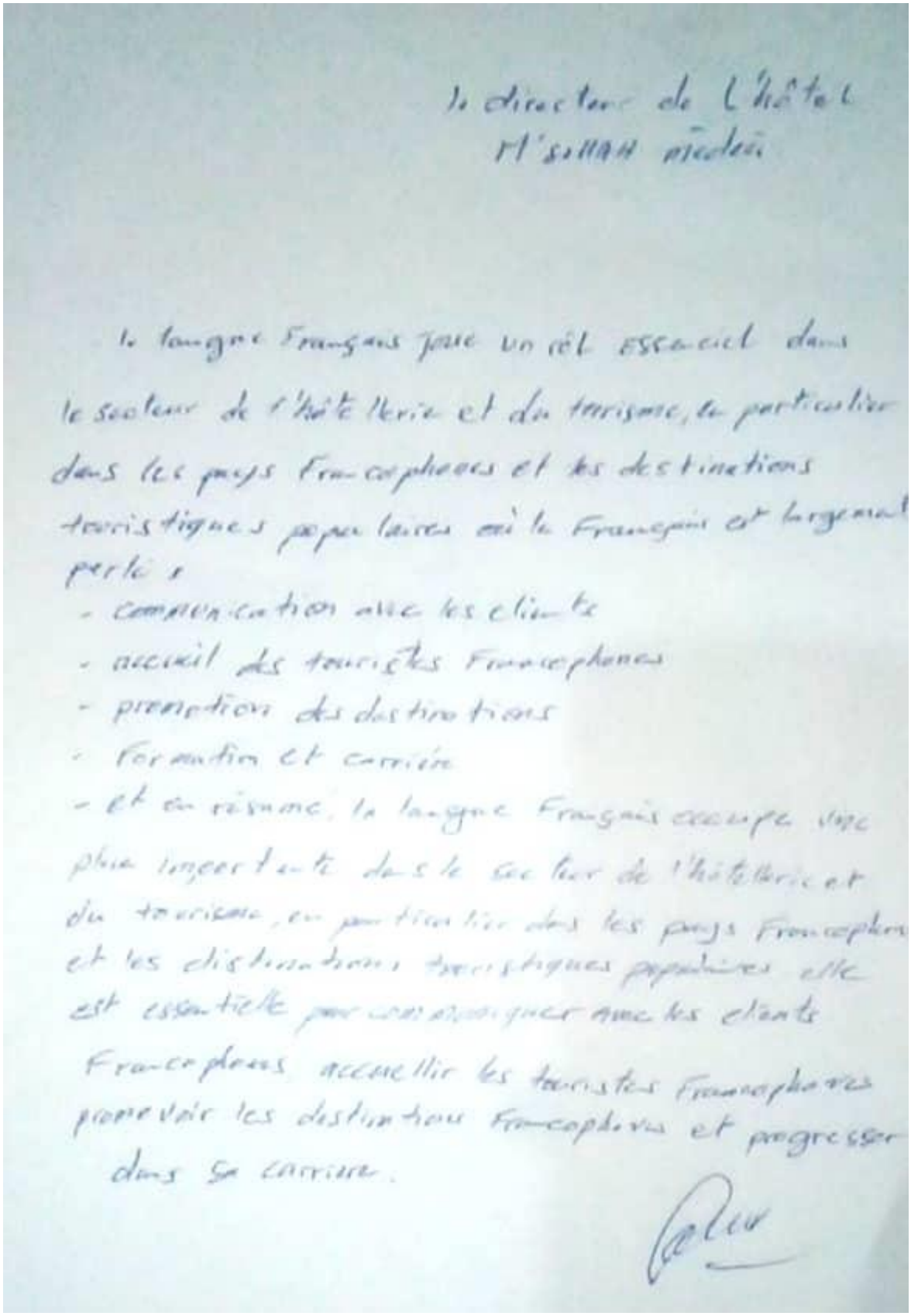
8-Suggestions et commentaires:

  - Avez-vous des commentaires ou des suggestions sur notre travail de recherche ?
- Que suggérez-vous comme contenu pour améliorer votre langue française ?
- Proposez-vous des moyens pourraient vous aider à développer votre niveau en français et vos compétences linguistiques dans l'environnement de votre travail ?
- Quels sont vos points de vue et perspectives concernant notre recherche ainsi que l'industrie actuelle et future de l'hôtellerie et du tourisme en Algérie ?

9-Remerciement:

Nous vous remercions d'avoir accepté notre invitation et d'avoir répondu à nos questions.

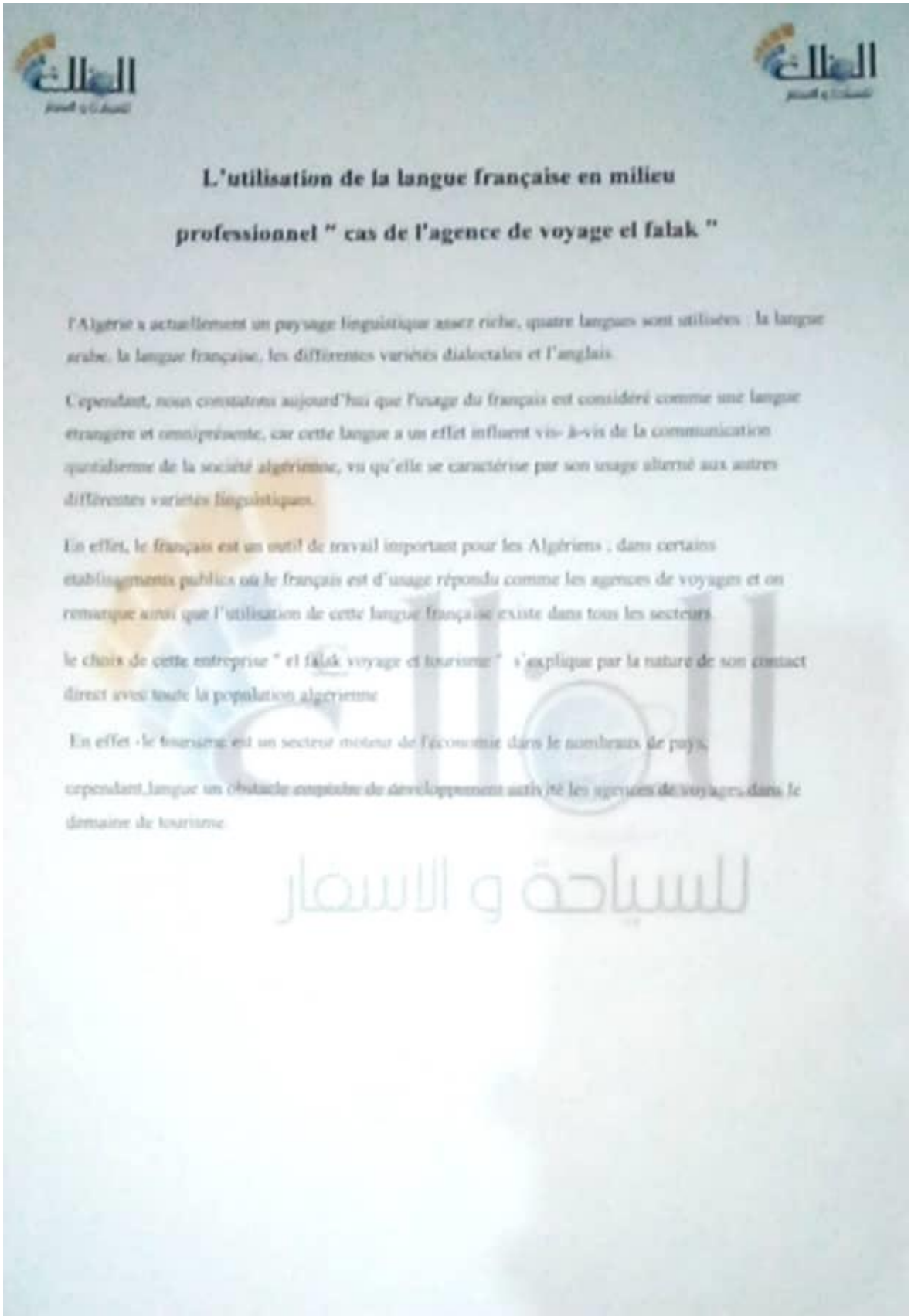
Annexe 6: Les productions écrites



Le directeur de l'hôtel
M'sallah Nadia

La langue Français joue un rôl essenciel dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme, en particulier dans les pays francophones et les destinations touristiques populaires où le Français est largement parlé :

- communication avec les clients
- accueil des touristes Francophones
- promotion des destinations
- formation et carrière
- et en résumé, la langue Français occupe une plus importante dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme, en particulier dans les pays francophones et les distinations touristiques populaires elle est essentielle pour communiquer avec les clients Francophones accueillir les touristes Francophones promouvoir les destinations Francophones et progresser dans sa carrière.



L'utilisation de la langue française en milieu professionnel " cas de l'agence de voyage el falak "

l'Algérie a actuellement un paysage linguistique assez riche, quatre langues sont utilisées : la langue arabe, la langue française, les différentes variétés dialectales et l'anglais

Cependant, nous constatons aujourd'hui que l'usage du français est considéré comme une langue étrangère et omniprésente, car cette langue a un effet influent vis- à-vis de la communication quotidienne de la société algérienne, vu qu'elle se caractérise par son usage alterné aux autres différentes variétés linguistiques.

En effet, le français est un outil de travail important pour les Algériens , dans certains établissements publics où le français est d'usage répondu comme les agences de voyages et on remarque ainsi que l'utilisation de cette langue française existe dans tous les secteurs

le choix de cette entreprise " el falak voyage et tourisme " s'explique par la nature de son contact direct avec toute la population algérienne

En effet ,le tourisme est un secteur moteur de l'économie dans le nombreux de pays, cependant,langue un obstacle empêche du développement activité les agences de voyages dans le domaine de tourisme

Production écrite :

La consigne : Rédiger un petit paragraphe dans lequel vous parlez de la place et de l'importance de la langue française dans le secteur de l'hotellerie et du tourisme en algérie .

L'agence de voyage est une entreprise qui propose et vend des offres de voyages à ses clients. Elle joue le rôle d'intermédiaire entre les consommateurs et les différents prestataires de services présents sur le marché du tourisme. et quant à la langue, elle joue un grand rôle dans ce domaine par exemple la communication avec les clients et la rédaction des emails.

Nom : Abdammebi
prénom : Adename
poste : Gérant Atv Dayouf El Rhmane

PRODUCTION ECRITE

Rédiger un petit paragraphe dans lequel vous parlez de la place et de l'importance de la langue française dans le secteur de tourisme.

- **Réponse :**

La langue française est essentielle tant pour les travailleurs du tourisme que pour les voyageurs.

Pour les travailleurs, elle facilite la communication avec les visiteurs francophones, améliorant ainsi le service client et les opportunités professionnelles.

Pour les voyageurs, parler français ouvre la porte à des expériences plus authentiques et enrichissantes, permettant une meilleure immersion dans la culture locale et des interactions plus riches avec les habitants.

En résumé, le français est un véritable atout qui enrichit tant l'expérience des voyageurs que le travail des professionnels du tourisme.

Nom : Aouni
prénom : Khadidja
poste : agent de Réservation
(agence Inj3)

La consigne :

Rédiger un petit paragraphe dans lequel vous parlez de la place et de l'importance de la langue française dans le secteur du tourisme et de l'hotellerie

La langue française occupe une place prépondérante dans le secteur du tourisme et de l'Hôtellerie à l'échelle mondiale. En tant que langue internationale largement parlée et comprise dans de nombreuses régions du monde, le français facilite la communication entre les professionnels du tourisme et les voyageurs. De plus, dans de nombreux pays francophones, notamment en France du Canada, en Belgique, en Suisse et en Afrique, la maîtrise du français est essentielle pour offrir un service de qualité aux visiteurs. Elle permet non seulement de communiquer efficacement avec les clients, mais également de comprendre et de respecter leurs besoins culturels et linguistiques et nécessaires, renforçant ainsi son importance dans le domaine du tourisme et de l'Hôtellerie à travers le monde.

25 FEV. 2024

Nom : Benyahia
prénom : Nadji
poste : chef de l'agence Oumia Salar

L'utilisation de la technologie dans le domaine du tourisme a considérablement évolué ces dernières années, transformant la manière dont les voyageurs planifient, réservent et vivent leurs expériences de voyage. Voici quelques façons dont la technologie est utilisée dans le secteur du tourisme :

1. **Recherche et planification de voyages** : Les voyageurs utilisent désormais des plateformes en ligne, des applications mobiles et des moteurs de recherche pour rechercher des destinations, des attractions, des hébergements et des activités. Des sites comme TripAdvisor, Airbnb, Booking.com ou Expedia permettent aux voyageurs de comparer les prix, lire des avis et réserver des hébergements et des activités en ligne.
2. **Navigation et cartographie** : Les applications de cartographie et de navigation comme Google Maps ou Waze aident les voyageurs à se déplacer facilement dans des endroits inconnus. Ces applications fournissent des indications détaillées sur les itinéraires, les transports en commun et les points d'intérêt à proximité.
3. **Expériences immersives et réalité augmentée** : Les technologies telles que la réalité augmentée (AR) et la réalité virtuelle (VR) offrent aux voyageurs des expériences immersives avant même de partir en voyage. Par exemple, les visiteurs peuvent utiliser des applications AR pour explorer des monuments historiques ou des musées à distance, ou les hôtels peuvent proposer des visites virtuelles de leurs chambres.
4. **Assistance en temps réel** : Les chatbots et les assistants virtuels sont de plus en plus utilisés par les entreprises touristiques pour fournir une assistance instantanée aux voyageurs. Ces outils automatisés peuvent répondre aux questions fréquemment posées, aider à la réservation et offrir des recommandations personnalisées.
5. **Expérience client personnalisée** : Les entreprises utilisent l'analyse des données et l'intelligence artificielle pour comprendre les préférences individuelles des voyageurs et leur offrir des recommandations personnalisées. Par exemple, les compagnies aériennes peuvent proposer des offres spéciales basées sur les historiques de réservation des clients,

Réceptionnistes ou l'on propose des offres et des services au client dans un langue spécifique ou l'on utilise un code spécial, dans le but d'attirer l'intention du client et lui frissonner c'est ce qu'on appel le Marketing, et un service de vente pour satisfaire la clientèle.

Nom : Benattia
prénom : chaima
poste : chef commercial dans un agence de voyage "El Najah"

La consigne :

Rédiger un petit paragraphe dans lequel vous parlez de la place et de l'importance de la langue Française dans le secteur de l'hotellerie et le tourisme en algerie.

Réponse :

Les agences doivent donc être capables de plusieurs langue. Pour que les passagers reviennent a ce même agence. hôtel il faut qu'ils soit comblu et satisfaits, pour devenir des client Palmanents

Dans Un etablisement hotelier, la communicatior qu'elle soit externe ou externe, Joueun rôle prépondérant dans le bon fonctionnement de l'Hotel (agence) lorsque la communication est éfficase, l'expéditeur et le destinataire sont au même niveau d'information et un message claire et envoyé

, donc Toute personne qui Travaille dans le domaine doit au moins maitriser des langues étrangéres et particuliérement le français qui est indispensable dans ce métier, Pour Pouvoir Communiques avec le staff du Travail ainsi que le client

En effet, la Communication Joue un rôle essentiel dans la Reception de l'Hotel puisque le Travail consiste d'une communication entre les clients et les

L'hotellerie et un métier qui nécessit be maitrise de la langue de l'art des conversations avec les clients et les visiteurs donc tout personne qui travaille dans ce domaine doit au moins maîtriser les langues étrangéres et particuliément le français qui est indispensable dans ce métier pour pouvoir communiquer avec le staff du travail ainsi ques les clients

Nom :
prénom : Amine
poste : agent comercial

dans lequel vous parlez de la place et de l'importa
de la langue Française dans le secteur de
l'hotellerie et du tourisme en algerie.

Réponse :

- la langue francais tré important pour notre secteur pour vente des produit touristique. dans Un pays etrangé il faut de maitriseé la langeue. ansi la pour le déplacement hors pays. Communication avec les etablisement hôtelière ou touristique dans le pays destinataire. (Transport. hôtel. deplacement / lies touristique ...)

Le gérant de l'agence Sierra

Nom : chaati
prénon : Sidali
poste : gérant

dans notre agence Touristique la langue française occupe une place importante, on utilise le français pour communiquer avec les clients francophone telque :

- Les canadiennes
- Les français...

qui viennent à réservé des Vols et faire des Visa pour demander les renseignement (les prix - l'heure de décollage de l'avion) ils cherchent aussi la calité de le produis touristique qu'ils veulent achter

on utilise également le pour écrire des emails, des annonces, les publication sur les réseaux sociaux

dans n'atre domaine on utilise baucoupe la tecnologie pour façilité ce qui conçérne les Voyage

on travaille avec les applications suivent :

- Les Sitte Web come Bookingoo
- Systémme anadios

Dallali Khaled

Directeure tiquenique

A l'aire des nouvelles perspectives de l'économie, la maitrise des Langues étrangéres est devenue nécessaire dans la formation d'une Communauté apte á communiquer avec les etrangers et á s'imposer dans le marché international, Actuellement, les entreprises se developpant á l'international sont de plus en plus confrontées á des Interlocuteurs étrangers et recherchent des Candidats capables de s'adapter á des environnements professionnels différents. En effet, les propos de cet article portent sur l'importance de la Langue française dans le monde professionnel Algérien. pour ce faire, nous developperons Comment les Langues pourraient augmenter les opportunités d'obtenir un emploi dans des Secteurs de Sécurité et de Communication.

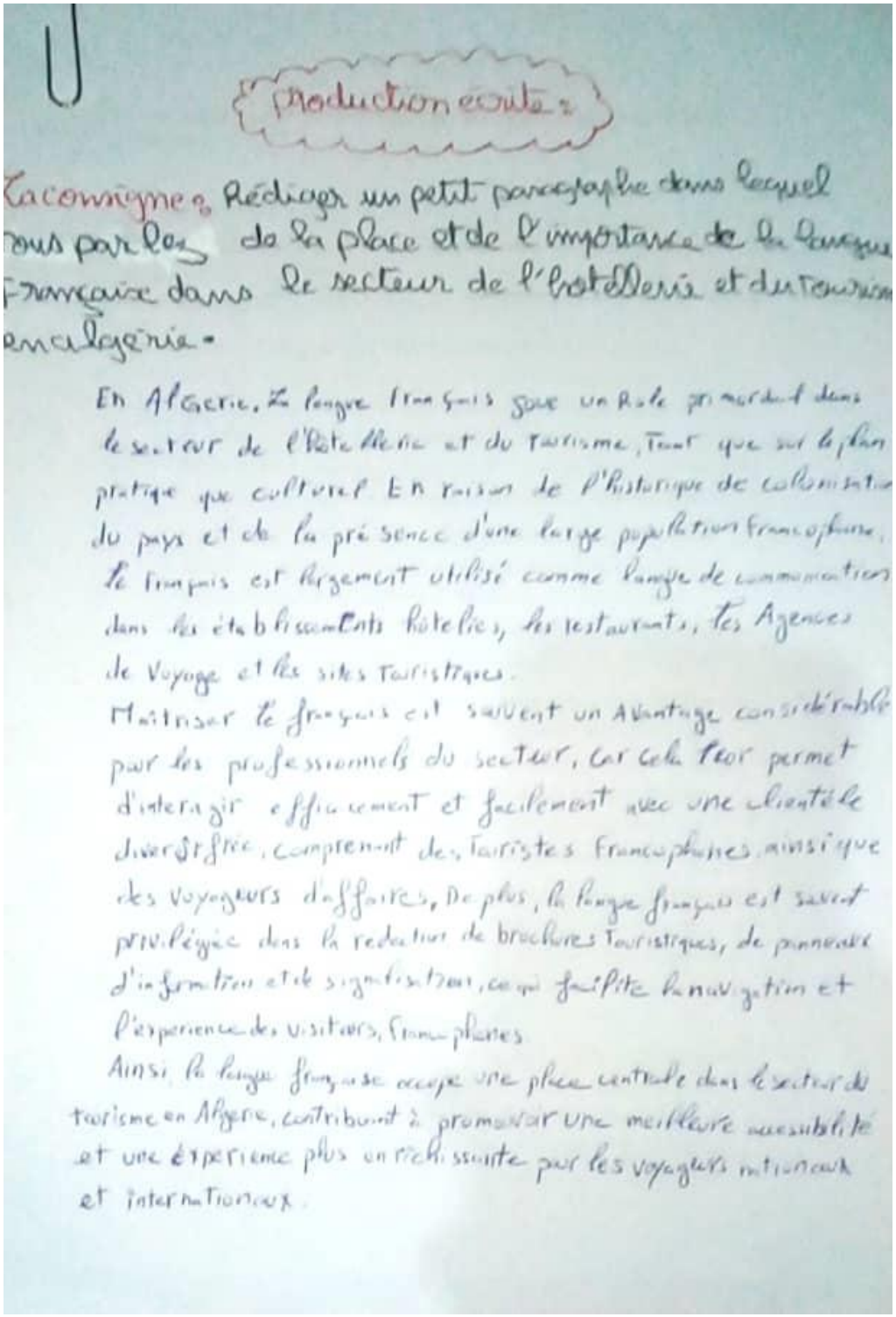
nom : A
prénom : Ilham
poste : Responsable de billeterie (Agence Al Mizan

- Je m'appelle Sid Ali, j'ai 30 ans et je suis un receptionist dans un hôtel pendant le 16 aug 2022. 2 ans

7) oui, dans séjour oui, l'aspect, ... pour faire des Pub.
- oui.
- Google traduction. Facebook. Email) les réseaux sociaux.
- Dualingo.

8) Pour traduire et comprendre la lgc de l'autre.
- Intéressante, domaine intéressante (le thème est intéressant
- le pratique tjr. être informer,
- Nous souhaitons que le domaine touristiques et l'hôtellerie sera développe. perce que on a un bel très bon Pays qui contient plusieurs touristiques et plusieurs bon paysage.
- Merci.

* reponses de deux personnes (receptionnistes)



U

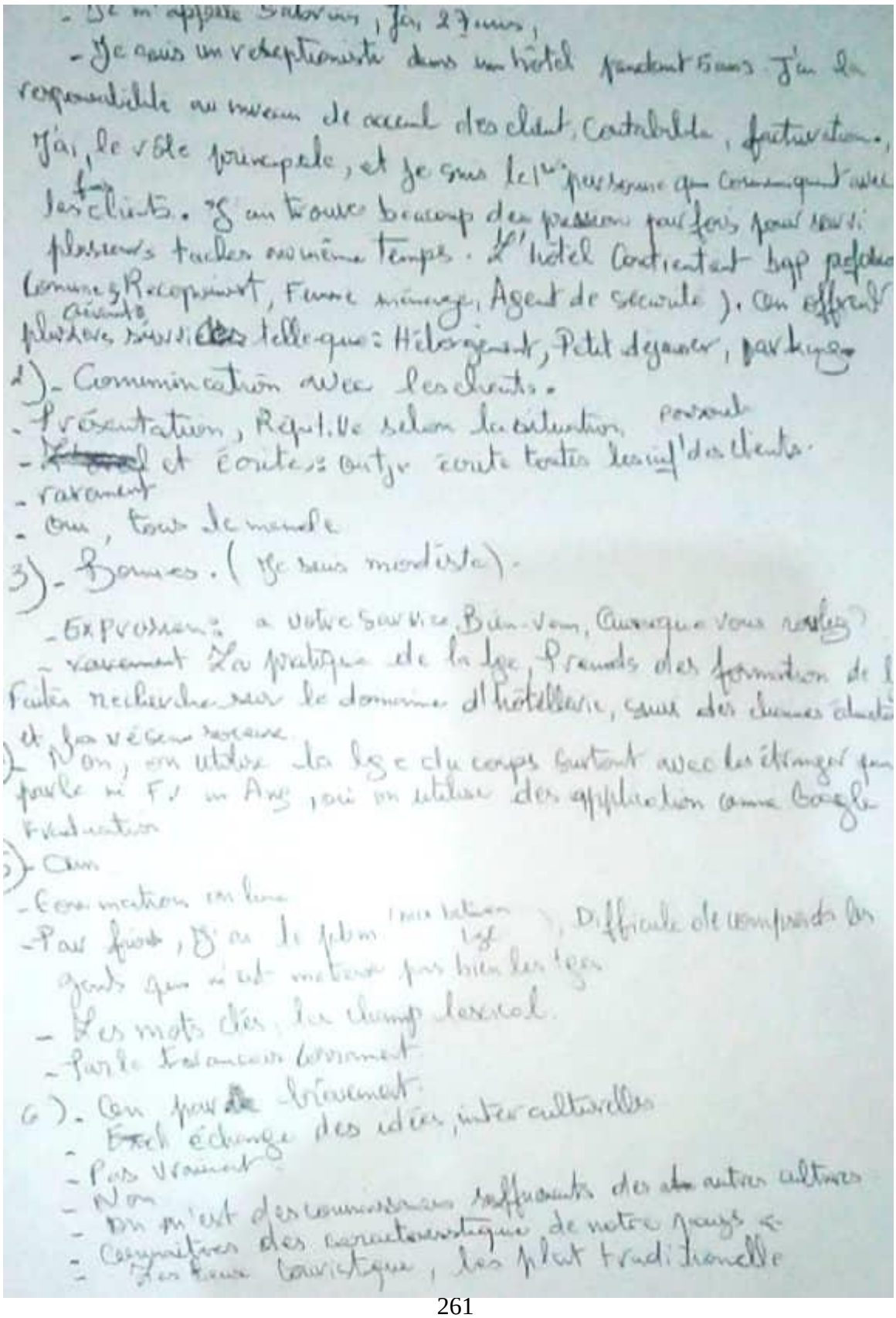
Production écrite :

La consigne : Rédiger un petit paragraphe dans lequel vous parlez de la place et de l'importance de la langue française dans le secteur de l'hotellerie et du tourisme en algérie.

En Algérie, la langue français joue un Rôle primordial dans le secteur de l'Hôtellerie et du Tourisme, Tant que sur le plan pratique que culturel En raison de l'historique de colonisation du pays et de la présence d'une large population francophone, le français est largement utilisé comme langue de communication dans les établissements hôteliers, les restaurants, les Agences de Voyage et les sites touristiques.

Maîtriser le français est souvent un Avantage considérable pour les professionnels du secteur, car cela leur permet d'interagir efficacement et facilement avec une clientèle diversifiée, comprenant des touristes francophones ainsi que des voyageurs d'affaires, De plus, la langue française est souvent privilégiée dans la redaction de brochures touristiques, de panneaux d'information et de signalisations, ce qui facilite la navigation et l'experience des visiteurs, francophones

Ainsi, la langue française occupe une place centrale dans le secteur du tourisme en Algerie, contribuant à promouvoir une meilleure accessibilité et une expérience plus enrichissante pour les voyageurs nationaux et internationaux.



- Je m'appelle Sabrina, j'ai 27 ans,
- Je suis un réceptionniste dans un hôtel pendant 5 ans. J'ai la responsabilité au niveau de accueil des client, Comptabilité, facturation, j'ai, le rôle principale, et je suis le 1ère personne qui communique avec les clients. J'ai trouvé beaucoup des passions pour faire pour servir plusieurs taches en même temps. L'hôtel Continental bap polyvalence (Comme: Réceptionniste, Femme ménage, Agent de sécurité). On offrent plusieurs services différents telle que: Hébergement, Petit déjeuner, parking
2)- Communication avec les clients.
- Présentation, Réactivité selon la situation personnelle
- Écoute: Oui je écoute toutes les insatisfactions des clients.
- rarement
- Oui, tous le monde
3)- Bonnes. (Je suis modeste).
- Expression: à votre service, Bien sûr, Quelque chose vous voulez?
- vraiment La pratique de la langue, Grands des formation de l'hôtellerie, suivi des cours d'hôtellerie, et la vécu sociale
4)- Non, on utilise la langue du corps surtout avec les étranger qui parle ni F/ ni Ang, ou on utilise des application comme Google traduction
5)- Oui
- Communication en ligne
- Par fois, Je ne le fais pas (Communication), Difficulté de comprendre les gens qui n'est mettre pas bien les mots
- Les mots clés, le champ lexical
- Parle toujours comment
6)- Oui pour développement
- Oui échange des idées, interculturelles
- Pas vraiment
- Non
- Oui on n'est des connaissances différentes des autres cultures
- Connaître des caractéristique de notre pays
- Les lieux touristique, les plat traditionnelle

Annexe 7: les documents

نيا سفر
DOUNIA ESSAFAR
Agence de Voyages et de Tourisme

OFFRE B2B
VISAS ET RESIDENCES

Cher partenaire,

On a le plaisir de vous présenter la mise a jour tarifs et conditions pour toute demande reçu à partir **du 01/08/2023**

Vous trouverez dans les tableaux suivants les produits disponibles avec toute les information nécessaire (délai de traitement, dossier et conditions de paiement).

NB : ***les tarifs peuvent changer a tout moment. Une fois les tarifs changent les demandes se bloquent automatiquement et vous recevrez un mail de notre part***

- *Le paiement de visa doit se faire a l avance ou 24h apres la demande .*
- ***Une fois la demande est en cours veut dire que le paiement est déjà effectuée de notre cote et*** LE PAIEMENT DE LA FACTURE EST OBLIGATOIRE UNE FOIS LA FACTURE EST ENVOYE

Adresse : ROUTE D'ALGER, MEDEA, Algérie
Mob : +213 0780171916 / +213 558405556 +213 0662244626 Email: douniaessafarmedea@gmail.com

HOTEL M'SALLAH
MEDEA

PROCES VERBAL DE CONSTATATION
ET DE DESTRUCTION DE PRODUIT
AVARIES IMPROPRES A LA CONSOMMATION

L'an deux mille quinze le.....du mois de.....
nous directeur de l'hotel M'sallah, accompagné de.
Mr: .....Responsable de servise.....
Mr: .....Responsable du magasin et des achats.

Avons constaté puis ayant procéder à la déstruction du produit ci-après.

Fait à Médéa le:.....

Le Directeur *Le Magasinier* *Le Chef cuisinier*

دنيا السفر
DOUNIA ESSAFAR
Agence de Voyages et de Tourisme

PRODUIT DISPO IBLE :	DESTI ATION
• VISA STICKER ET E-VISA • INVITATION POUR DOSSIER DE VISA • RENDEZ VOUS DE VISA • RESERVATION D HOTEL POUR OBTENTION DE VISA • RESIDENCE • HOTELS DANS LE MONDE • LOCATION DE VOITURE • TRANSFERT • EXCURSION ET SORTIE • PERMIS DE CONDUIRE TOURISTIQUE	1. Armenia 2. Azerbaïdjan 3. Cambodi 4. Chine 5. Cuba 6. Dubai 7. Egypt 8. Ethiopia 9. Indonesie 10. Jordanie 11. Kenya 12. Liban 13. Oman 14. Pakistan 15. Qatar 16. Russie 17. Sri Lanka 18. Suriname 19. Tanzania (ZANZIBAR) 20. Arabie Saoudite 21. Thailande 22. Turquie 23. Uganda 24. Uzbekistan 25. Vietnam 26. USA

Les prix des hôtels a traves le monde se diffère selon la disponibilité etles dates . Pour vos devis merci d envoyer un email avec les dates et le type de chambre voulu

Adresse : ROUTE D'ALGER, MEDEA, Algérie
Mob.: +213 0780171916 / +213 558405556 / +213 0662244626 Email: douniaessafarmedea@gmail.com

OR SPORT FIREARMS UP TO 50LB 23KG
OR BOARDS UP TO 2M AND 23KG
OR SKI OR SNOWBOARD EQT UPTO 23KG

JFKALG
1ER ENREGISTRE: SANS FRAIS UPTO50LB 23KG AND62LI 158LCM
OR SPORT FIREARMS UP TO 50LB 23KG
OR BOARDS UP TO 2M AND 23KG
OR SKI OR SNOWBOARD EQT UPTO 23KG

2IEME ENREGISTRE:13162DZD UPTO50LB 23KG AND62LI 158LCM
OR SPORT FIREARMS UP TO 50LB 23KG
OR BOARDS UP TO 2M AND 23KG
OR SKI OR SNOWBOARD EQT UPTO 23KG

BAGAGE CABINE:
ALGFRA: MAX 1PC SANS FRAIS CARRY8KG 18LB UPTO46LI 118LCM
FRAJFK: MAX 1PC SANS FRAIS CARRY8KG 18LB UPTO46LI 118LCM
JFKFRA: MAX 1PC SANS FRAIS CARRY8KG 18LB UPTO46LI 118LCM
FRAALG: MAX 1PC SANS FRAIS CARRY8KG 18LB UPTO46LI 118LCM

LB = POIDS EN LIVRES, KG = POIDS EN KILOS,
IN = LONGUEUR EN POUCES, CM = LONGUEUR EN CENTIMETRES,
MAX = NOMBRE MAXIMUM DE BAGAGES AUTORISE, PC = NOMBRE DE PIECES

LES FRAIS ET LES BAGAGES AUTORISES SONT FOURNIS A TITRE INDICATIF SEULEMENT.
DES REDUCTIONS ADDITIONELLES PEUVENT S'APPLIQUER EN CAS DE PRE-ACHAT OU DE PROGRAMME DE FIDELITE (EX. TYPE DE CARTE, STATUT MILITAIRE, TYPE DE CARTE DE CREDIT, ACHAT SUR INTERNET, ETC.)
VEUILLEZ NOTER QUE LES INFORMATIONS RELATIVES AU TRANSPORT DES BAGAGES EN CABINE NE SONT PAS DISPONIBLES POUR L'INSTANT.

LES TARIFS DE LA PLUPART DES COMPAGNIES AERIENNES INTEGRENT DES DATES DE VALIDITE ET DES CONDITIONS D'UTILISATION SPECIFIQUES.
VERIFIEZ LES REGLES TARIFAIRES DU TRANSPORTEUR POUR PLUS D'INFORMATIONS.

ENDOSSEMENTS : FARE RESTRICTION MAY APPLY -BG LH
PAIEMENT : CASH

CALCUL DU TARIF : ALG LH X/FRA LH NYC117.51LH X/FRA LH
ALG117.51NUC235.02END ROE137.425213 XF JFK4.5

TARIF AERIEN	: DZD	32300					
TAXES ET FRAIS DE	: DZD	28372YQ	DZD	2560YR	DZD	20DZ	
LA COMPAGNIE	DZD	1500DZ	DZD	1300XE	DZD	2926DE	
AERIENNE	DZD	7038RA	DZD	773AY	DZD	2913US	
	DZD	2913US	DZD	529XA	DZD	967XY	
	DZD	962YC	DZD	622XF			
TOTAL	: DZD	85695					

BILLET ELECTRONIQUE

RECU D'ITINERAIRE DU PASSAGER

DOUNIA ESSAFAR
149 RUE YOUSFI ABDELKADER
BLIDA

DATE: 25 FEB 2024
AGENT: 0002
NOM: BENYAHIA/NADJI MR

BLIDA
IATA : 032 11246
TELEPHONE: 213 25 30 50 11/23/24/25

COMPAGNIE EMETTRICE : LUFTHANSA
NUMERO DE BILLET : ETKT 220 2496892011

REFERENCE DU DOSSIER : AMADEUS: M76JBL, AIRLINE: 1A/M76JBL
REFERENCE DU DOSSIER : AMADEUS: M76JBL, AIRLINE: LH/M76JBL

DE /A	VOL	CL	DATE	DEP	BASE TARIF	NVAV	NVAP	BAG	ST
ALGIERS HOUARI	LH 1319	K	18APR	0150	KNCS7V	18APR	18APR	1PC	OK
TERMINAL:I	VOL ASSURE PAR: LUFTHANSA								
FRANKFURT FRANK				HEURE D'ARRIVEE: 0530		DATE D'ARRIVEE: 18APR			
TERMINAL:1									
FRANKFURT FRANK	LH 400	K	18APR	1055	KNCS7V	18APR	18APR	1PC	OK
TERMINAL:1	VOL ASSURE PAR: LUFTHANSA								
NEW YORK JOHN F				HEURE D'ARRIVEE: 1325		DATE D'ARRIVEE: 18APR			
TERMINAL:1									
NEW YORK JOHN F	LH 401	K	25APR	1545	KNCS7V	25APR	25APR	1PC	OK
TERMINAL:1	VOL ASSURE PAR: LUFTHANSA								
FRANKFURT FRANK				HEURE D'ARRIVEE: 0525		DATE D'ARRIVEE: 26APR			
TERMINAL:1									
FRANKFURT FRANK	LH 1316	K	26APR	0930	KNCS7V	26APR	26APR	1PC	OK
TERMINAL:1	VOL ASSURE PAR: LUFTHANSA								
ALGIERS HOUARI				HEURE D'ARRIVEE: 1105		DATE D'ARRIVEE: 26APR			
TERMINAL:I									

A L'ENREGISTREMENT, VOUS DEVREZ PRESENTER UNE PIECE D'IDENTITE AVEC PHOTOGRAPHIE, ET LE DOCUMENT DONT VOUS AVEZ DONNE LA REFERENCE A LA RESERVATION

POLITIQUE BAGAGE
ALGJFK

1ER ENREGISTRE: SANS FRAIS	UPTO50LB 23KG AND62LI 158LCM OR SPORT FIREARMS UP TO 50LB 23KG OR BOARDS UP TO 2M AND 23KG OR SKI OR SNOWBOARD EQT UPTO 23KG
2IEME ENREGISTRE:13162DZD	UPTO50LB 23KG AND62LI 158LCM

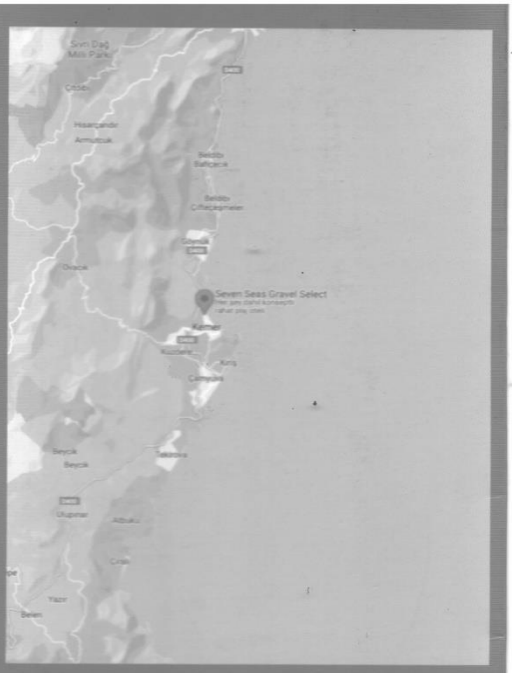

Voyage de Noces
UN CADEAU OFFERT !
Claridge 3*
Jumeirah Rotana 4*
Taj Palace 5*
Casablanca
Marrakech
Dubai
Package :
05 nuits hôtel à Marrakech au centreville en DP
02 nuits hôtel à Casablanca au centre ville en DP
Transfers Apt Htl
01 heure de massage à l'hôtel
01 soirée fantasia
visite touristique
Séjour Compris :
Visa + Transfert
Hébergement : Hôtel 5*, 4*, 3*
en petit déjeuner
08 jours
07 nuits
Excursions :
Dubai city tour
4*4 desert safari avec dinner
croisiere avec dinner
AZHARI TRAVEL
BISKRA
Avenue Hakim Saadane Cité el Badr
Biskra 07000.ALGERIE
Tél. : 033 53 11 41 / 033 53 48 18
Mob. : 0663 45 25 97
/azharitravel
MEDEA
Route d'Alger- Médéa 26000 .ALGERIE
Fax : 025 78 02 99 / Tél. : 025 78 07 77
Mob. : 0557 27 49 77 / 0552 10 73 96
E-mail : info.medea@azharitravel.com
Site web : azharitravel.imhost-dz.com



SEVEN SEAS
GRAVEL SELECT
KEMER



www.gravelhotels.com



SEVEN SEAS
GRAVEL SELECT
KEMER

sevenseas.gravelselect /

Yeni Mahalie Atatürk Bulvarı
No:34/1 Kemer / ANTALYA

+90 (242) 814 33 22

info@gravelhotels.com

www.gravelhotels.com

Egypte (Le Caire + Croisière sur le Nil

un magnifique voyage sur le Nil LUXOR ,ASWAN, ALEXANDRIE ,CAIRE
04 nuits Tolip Golden plaza 5* + 03 nuits croisiéres surl le
Nil PNC cruise 5* Deluxe .

TARIF
Par Personne en DBL 250000 DA
Par Personne en TRPL 248000 DA
SNGL 340000 DA

Comprennent:
- 04 nuits d'hébergement en hôtel au Caire avec petit déjeuner.
- 03 nuits d'hébergement en croisière sur le Nil en pension complète.
- Billet d'avion internationale et domestique .
- Le caire visites : Pyramides , sphinx , musée égyptien et khan El khalil.
- Assouan et louxor visites : Grand barrage , temple de Philae , Kom ombo , Edfou , temple de louxor , temple de karank , Vallée des rois , temple de la reine hatshbsuit.
- Alexandrie visites : bibliothéque , citadelle de Qauitbay, jardins de Montazah , Moqgée Mori abo el abbas .
- Transferts du Caire, Louxor et Assouan (aéroport/hôtel – croisière/aéroport).
- Toutes les taxes
- Frais d'entrée sur les sites touristiques Guide qualifié
- Accueil et assistance à l'aéroport

Ne comprennent pas:
- Dépenses personnels.
- Visa d'entrée en Egypte

OFFRE VISA DUBAI (UEA)

DESTINATION	TYPE	TARIF	DELAI TRAITEMENT	DOSSIER
E-visa Dubaï Avec garantie de retour	30 jrs	20200 da	2 jrs – 4 jrs	• Scan passeport • Scan photo
	60 jrs	35500 da	7 jrs – 10 Jours	• Scan passeport • Scan photo
	30 jrs multi	39500 da L paiement a l a ance	2 jrs – 4 jrs (le paiement a l avance)	Scan passeport Scan photo . Max Utilisation 1 Mois Multi : 2 Fois . Max Utilisation Utilisation 2 Mois Multi : 4 Fois
	60 jrs multi	52000 da L paiement a l avance	7 jrs – 10 jrs ouvrables (le paiement a l avance)	
E visa Dubaï EXPRESS Avec garantie de retour	30 jrs	25000 da	24 h – 48 h	• Scan passeport • Scan photo
	30 jrs	28000 da	02 h – 24h	
Prolongation Dubai avec garantie de retour	30 jrs	75000 da L paiement a l avance	3 jrs – 5 jrs (Le paiement doit se faire a l avance)	• Scan passeport • Scan photo
	60 jrs + billet d avion A2A	115000 da L paiement a l avance	3 jrs – 5 jrs (Le paiement doit se faire a l avance)	• Scan passeport • Scan photo
	LE CLIENT DOIT PAYER SES PENALITES POUR AVOIR L ACCORD PO R UNE PROLONGATION			
POUR TOUT LES TYPES DE VISAS DU AI AVEC GARANTIE DE RETOUR : En cas de OVERSTAY et le client refuse de payer , les pén lités seront facturée a votre agence automatiquement.				
E-visa Dubaï Sans garantie de retour	30 jrs	45000 da	10 – 15 jrs Le paiement a l avance	• Scan passeport • Scan photo
	60 jrs	75000 da		

Adresse : ROUTE D'ALGER, MEDEA, Algérie
Mob.: +213 0780171916 / +213 558405556 / +213 0662244626 Email: douniaessafarmedea@gmail.com

r ce faire, nous vous demandons de bien vouloir trouver les documents ci-joints :

'er de nos meilleures service & Tarif garantie.

ir-faire, pour bien vous assister et vous aider tout au long des processus des réservations :

Aessieurs nos salutations les plus distinguées.

ration Team

Beds Algeria

e :+213770547433

e:+213770249423

geria@Mybeds.pro

nisia@mybeds.pro

v.mybeds.pro

HOTEL M'SALLAH
MEDEA

MAIN COURANTE - RESTAURANT

Journée Du.....

DEJEUNER

N° BON	N° CHAMBRE	ORGANISME	Nbres De REPAS	Reglement	
				En Especes	A/T

Le Caissier Principal

Le Chef de Salle

<apostrophe.medea@gmail.com> ابوستروف للسياحة والسفر بالمدية

Gmail

OFFRE D INSCRIPTION PLATEFORME DE RÉSERVATION B2B MYBEDS

رسالة واحدة

<algeria@mybeds.pro> **Mybeds Algeria**
نسخة إلى: <tunisia@mybeds.pro> Mybeds Tunisia

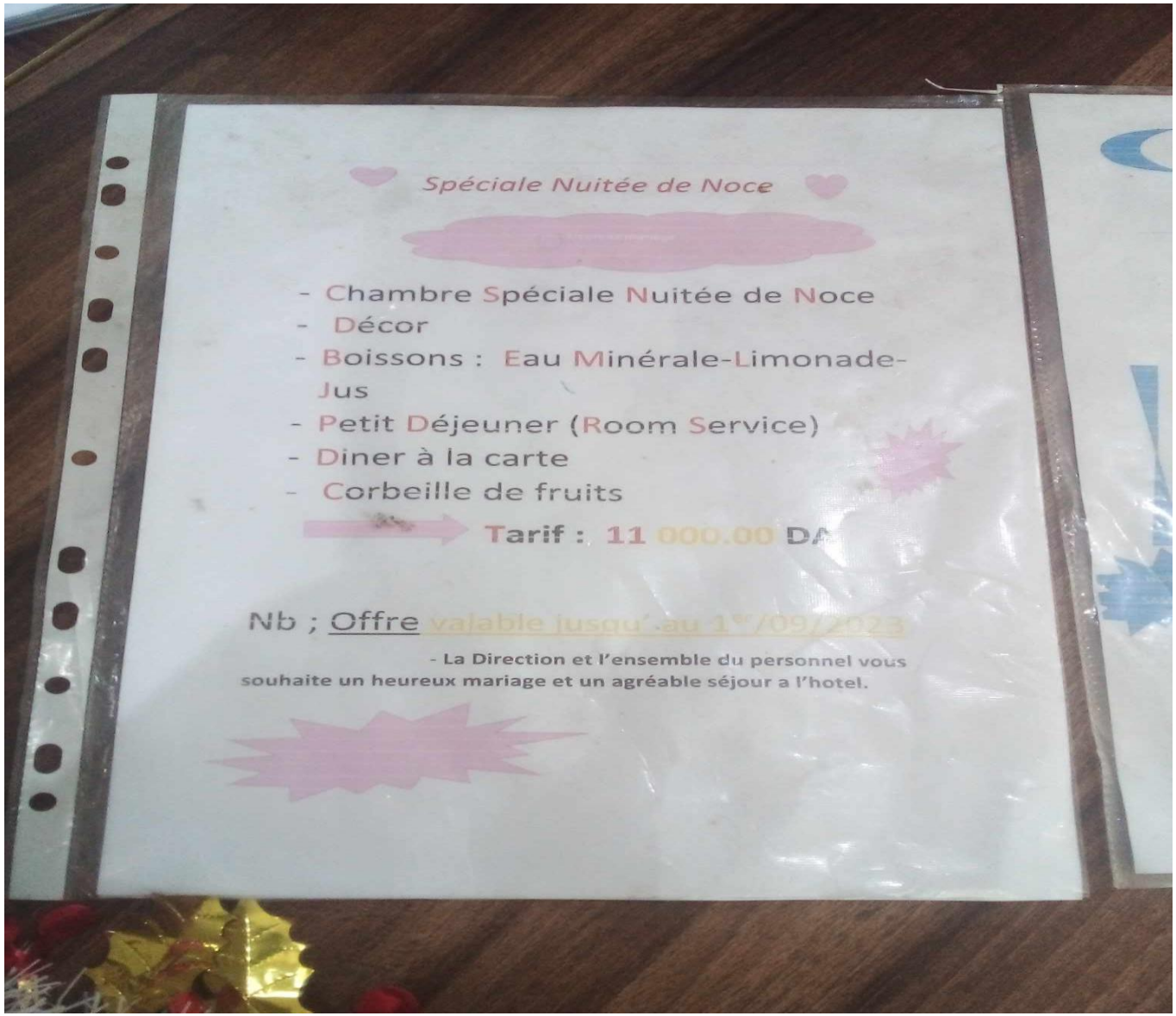
ée !

*: **My Beds .pro**, ainsi que celle de notre système de réservation B2B en ligne.*
ur le marché.

*t l'organisation des **voyages d'affaires et de loisirs de A à Z : l'hébergement, , les transferts,***
*urs autres services avec des **tarifs très compétitifs** et un **véritable conseil en voyage** à la*

*ts de **My Beds .pro** Tunisie & Algerie)*

eau de voyages complexe que nous avons développé tout au long de nos années d'opération


Spéciale Nuitée de Noce
- Chambre Spéciale Nuitée de Noce
- Décor
- Boissons : Eau Minérale-Limonade-Jus
- Petit Déjeuner (Room Service)
- Diner à la carte
- Corbeille de fruits
Tarif : 11 000.00 DA
Nb ; Offre valable jusqu'au 1er/09/2023
- La Direction et l'ensemble du personnel vous souhaite un heureux mariage et un agréable séjour a l'hotel.


HOTEL SAMEUR
فندق
سامر
TARIFS
DES CHAMBRES - H.Taxe
• Chambre Single : 3500.00
• Chambre Double : 5000.00
• Chambre Triple : 6000.00
• Suite « Sameur » : 7500.00
• Chambre/terrasse : 6500.00
• Le petit déjeuner inclus .
La direction et le personnel de l'hotel vous
souhaite un agréable séjour.
Direction



L'hôtel Marhaba, l'atout de Laghouat

L'hôtel Marhaba à Laghouat est l'un des tout premiers réalisés par Fernand Pouillon à son retour en Algérie en 1966. Il a bénéficié d'une opération de modernisation afin de répondre aux standards de qualité et à la tendance du moment chez les voyageurs.

La direction de l'hôtel a choisi une campagne marketing avec des accroches choc pour attirer les clients, on peut lire, «Commencez à faire vos valises et à préparer tout le nécessaire pour passer les meilleurs moments avec nous dans le confort, le calme et la sécurité. Notre désert magique vous appelle » Une autre réclame a été choisie : « Nous reviendrons plus forts qu'avant pour vous faire vivre une expérience unique. Nous vous promettons un confort voluptueux avec une équipe professionnelle qui veillera à votre bien-être » Ainsi, on propose aux lecteurs de lui faire vivre une expérience unique. L'expérience client est un élément qui fait toute la différence! Le parcours client commence bien avant la réservation, et se termine uniquement à la fin du séjour, plus précisément suite au départ, le tout dans un environnement de rêve comme il en existe au Sahara.

Il porte bien son nom

L'hôtel veut bien porter son nom Marhaba en les accueillant chaleureusement, convaincu que la personnalisation de l'expérience est un enjeu crucial pour se démarquer de la concurrence. L'objectif de la direction est de satisfaire les clients dans le but de les fidéliser et de leur donner l'envie de réserver une nouvelle fois, que ce soit pour passer des vacances en famille ou bien une nuit à l'occasion d'un déplacement professionnel. Dans les chambres, les gérants ont opté pour un style plutôt sobre qui plaira à une large gamme de clients.

Un nouveau look

L'hôtel Marhaba à Laghouat a un nouveau look après une opération de modernisation avec une piscine. Il a une capacité d'hébergement de 48 chambres doubles et 1 suite. Il renferme 1 restaurant de 80 couverts, un salon de thé, une piscine, un parking de 10 places et un jardin. Il veut impérativement répondre aux standards de qualité et à la tendance du moment chez les voyageurs.

SHERATON

Club des Pins Resort



L'hôtellerie ; un métier d'avenir ou la culture du service est un art.

« Le Sheraton Club Des Pins Resort organise
Une journée portes ouvertes le 16 avril 2024 »

Restauration :

- Serveurs/Serveuses
- Hôtesses
- Barmen

Réception :

- Réceptionnistes
- Standardistes
- Agent relation client

Service des chambres :

- Femmes / Hommes de chambre
- Agent espace public
- Superviseur d'étage
- Superviseur espace public
- Tailleur / Couturière

Cuisine :

- Cuisiniers
- Pâtissiers
- Boulangers
- Bouchers
- Pizzaiolos

Blanchisserie :

- Agents blanchisserie
- Valet de chambre

Sécurité :

- Agents de sécurité

Plonge :

- Plongeurs

Finance :

- Auditeur de nuit
- Analyste Financier
- Agent de recouvrement
- Contrôleur de coût

Fitness :

- Agents polyvalents
- Réceptionnistes
- Maîtres-nageurs
- Masseuses
- Coach
- Entraineur de tennis

Réservation :

- Agent de réservation

Commercial & Marketing :

- Commercial exécutif
- Responsable commercial
- Marketing spécialiste

Technique :

- Plombiers
- Maçons
- Peintres
- Menuisiers
- Électriciens
- Jardiniers
- Pisciniste
- Plâtrier
- Agents maintenance
- Operateurs
- Soudeurs
- Technicien des ascenseurs
- Technicien équipement cuisine
- Technicien Froid et climatisation (HVAC)
- Superviseur Electrique
- Ken Fixit
- Chauffeurs
- Mécaniciens

Ressources Humaines :

- Coordinateur de recrutement
- Coordinateur sécurité sociale
- Coordinateur RH en charge du contentieux
- Agent polyvalent cafétéria

PLAZA ALGER
HOTEL

HOTEL PLAZA ALGER

- Chambre équipée
- Restaurant
- Salles de réunion
- Navette aéroport
- Parking privé
- Internet (wifi)

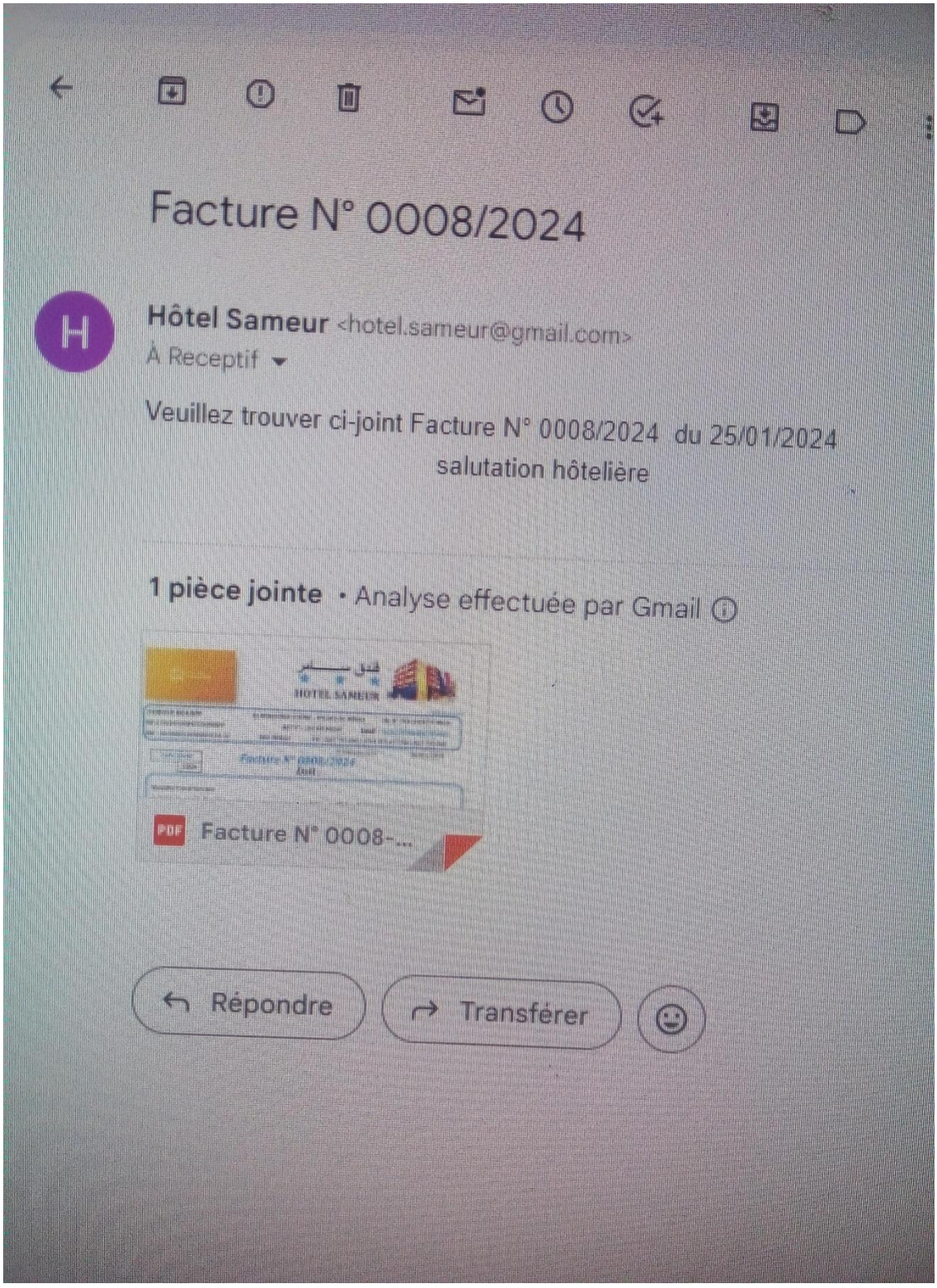


Soyez Les Bienvenus
Reductions 10 %

66 Rue Mohamed Belouizdad Belcourt,
Alger Centre 16000 Algérie

RÉSERVATION
0560 86 01 75


LE TITULAIRE DE CE PASSEPORT EST INFORMÉ QUE LE VISA Y APPOSE N'EST VALABLE QUE POUR VOYAGER EXCLUSIVEMENT EN ESPAGNE ET NON PAS AUX AUTRES PAYS DE L'ESPACE SCHENGEN
VISADO/VISA
ESPAÑA/SPAIN/ESPAGNE ESP
ESPAÑA
25-01-24
09-03-24
30
C
01
ORAN
18-01-24
ESTANCIA
DZADZ1VET
1300125


Facture N° 0008/2024
H
Hôtel Sameur <hotel.sameur@gmail.com>
À Receptif
Veuillez trouver ci-joint Facture N° 0008/2024 du 25/01/2024
salutation hôtelière
1 pièce jointe • Analyse effectuée par Gmail
HOTEL SAMEUR
PDF
Facture N° 0008-...
Répondre
Transférer

CURRICULUM VITAE

Etat Civil:



Nom: HOurga
Prénom: Lyes
Date de naissance:22/07/2004
Nationalité: Algérien
Situation familiale: Célibataire
Adresse: Boghni(TIZI OUZOU)
Permis de conduire: catégorie (B)
07.91.82.45.22

Deplom et Formation:

- ***Chef de Rang***
- ***Receptioniste***

Expérience professionnelle :

- 6Moi D'expérience comme un Serveur Au sein de l'entreprise (horizon Catering)Ouargla
- 6Moi D'expérience comme un Serveur au sein de l'entreprise.
  (Sodexo)Hassi Messaoud
- 1Ans D'expérience comme un Serveur au sein de l'hôtel
  (Les deux B Salsabil)Alger
- 3 Mois d'expérience comme un Réceptionniste au sein de l'hôtel
  (Les deux B Salsabil)Alger
- 3 Mois d'expérience comme un Réceptionniste au sein de l'hôtel
  (Murustaga)Mostaganem
- Avrile 2024 a ce jours serveur au sein de Hotel (MeliSsa) Oran

Langues:

1. Kabyle**: Langue maternelle**
2. Arab: Très Bien
3. Français: Très bien
4. Anglais: Moyen

• Autres :

Éléments sérieux et dynamique
Capacité d'adaptation et d'intégration
Sérieux ayant sens de responsabilités et du travail en group

CV

AIT AISSI Ismail



PROFIL

Nom
AIT AISSI Ismail

Date de naissance
Le 20 Février 2001

Adresse
Cité Diar el Gharb logt 170 Bt 15,
Ain Taya - ALGER

Téléphone
0560812330

E-mail
smailpro29@gmail.com

Dégagé du Service National

CENTRES D'INTÉRÊT

- **JEUX VIDEO**
- **SPORT** : Musculation, Boxe
- **Voyages**

Expériences professionnelles

SEP 2021 - DEC 2023 — Stage Pratique Hôtel Rais El Marsa
El Marsa

- Receptionist
- Ressources Humaines
- Gestion du Stock
- Magasinier

Éducation

JUIN 2019 — BAC Lettre
Ain Taya

SEP 2021 - DEC 2023 — Technicien Supérieur Gestion Administrative Hôtelière
Institut EHB Djenadi el Arbi Boumerdes

LANGUES

- Arabe
- Français
- Anglais

LOGICIELES

- Excel
- Office
- Otix
- Montages vidéo
- Edition vidéo

COMPETENCE

Esprit d'équipe | Discipline | Sens de la communication | Capacité d'adaptation


Dortoir Familial
Ain Sheb
Nos Prix
Chambre une places 3000 DA
Chambre deux places 4000 DA
Chambre trois places 5000 DA
Chambre quatre places 6000 DA
Nuit de Noce 8000 DA
Nuit de Noce 10000 DA
Nos Services
Petit déjeuner ..... 07:00"-10:00"
Parking gratuit
Wi-fi Gratuit
Soyez les bienvenus
سرقد عائلي
عين الذهب
قائمة الأسعار
غرفة فردية ..... 3000 دج
غرفة ثنائية ..... 4000 دج
غرفة ثلاثية ..... 5000 دج
غرفة رباعية ..... 6000 دج
غرفة لخمسة اشخاص ..... 7000 دج
غرفة لستة اشخاص ..... 8000 دج
غرفة خاصة بليلة الزفاف ..... 8000 دج
غرفة خاصة بليلة الزفاف ..... 10000 دج
الخدمات المتاحة
فطور الصباح ..... من 07.00 الى 10.00 صباحا
موقف سيارات مجاني
شبكة واي فاي مجانية
مرحبا بضيوفنا الكرام
Le Dortoir Familial



TONY BRISON

4 Rue de Montfort,35000 RENNES | 06.40.77.49.21| Brisontony35@gmail.com

EXPERIENCE

- OCT.2022/NOV.2023 - Assistant d'éducation - Lycée Joseph Loth – 56300 PONTIVY
- JUIL.2023/AOU.2023 - Surveillant de baignade – Camping Côté Ô - 56340 CARNAC
- AVR.2022/SEPT2022 - Animateur sportif – Camping Côté Ô - 56340 CARNAC
- JUIN.2021/AVR.2022 - Réceptionniste hôtellerie - IBIS/IBIS BUDGET - 56300 PONTIVY
- SEPT.2020 - Chauffeur livreur – Amazon – 69000 LYON
- 2017/2020 - Serveur en discothèque, Serveur en restaurant, Agent nettoyage et désinfection, Personnel d'étages, Agent technicien en hôtellerie

ÉTUDES

2015 - 2018 — LYCEE JEANNE-D'ARC / SAINT-IVY – 56300 PONTIVY

BAC PRO COMMERCIALISATION ET SERVICE EN RESTAURATION
Obtention du diplôme en 2018

2011 - 2015 — COLLEGE PRIVEE PIERRE FAURE – 71170 CHAUFFAILLES

6e – 4e : Cursus général
3e : Cursus professionnel
Obtention du diplôme en 2015

COMPETENCES

- Anglais (niveau scolaire)
- Maîtrise des logiciels informatiques (Word, Excel, Powerpoint)
- Accueillir et prendre en charge le client / Conseiller le client / Encaissement avant la prise de congés du client.


HOTEL MARYA
HOTEL - RESTAURANT - CAFETERIA
Marya
Tarifs Des Chambre
Prix Hors Taxes (HT)
CHAMBRE SINGLE 3900.00 DA
CHAMBRE DOUBLE 4800.00 DA
CHAMBRE TRIPLE 7200.00 DA
CHAMBRE DRESSING 5800.00 DA
LIT SUPLEMENTAIRE 1000.00 DA
LES PRIX FIX
LE Petit Déjeuner Est Inclus (Servit du 6h30 à 10h00)
SCAN ME


الخريطة السياحية لولاية البويرة
CARTE TOURISTIQUE DE LA WILAYA DE BOUIRA
BOUIRA
Carrefour des Cultures
et Merveilles de la Nature
W. BOUMERDES
W. TIZI OUZOU
W. BLIDA
W. BEJAIA
W. MEDEA
Bouira
Ville de Bouira
W. BORDJ BOU ARRERIDJ
W. M'SILA
LEGENDE
مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية البويرة
DIRECTION DU TOURISME ET DE L'ARTISANAT DE LA WILAYA DE BOUIRA
Tél/Fax : 026 94 16 58 - 026 94 16 53
E-mail : tourisme_dw10@yahoo.fr

MERCURE
HOTEL
ALGER AEROPORT

Menu
MAWLID NABAWI CHARIF

SALADES

- BABA GHANOUDJ
- MECHOUIA AUX DEUX POIVRONS
- HMISS AU PIMENT FOUR
- LABNA
- KEBDA MCHERMLA
- ADJATE AU POULET
- TAHINI
- TABOULÉ
- ESCABÈCHE DE SARDINE
- CASCADE DE CREVETTES
- POISSON EN BELLE VUE
- PLATEAU DE CHARCUTERIE
- PLATEAU DE FROMAGE
- SAUCES ET CONDIMENTS
- QUICHE À L'ORIENTAL
- SALADE DE CAROTTE MAROCAINE
- SALADE ALGÉRIENNE
- BALLOTINE DE POULET MAISON
- VARIÉTÉ DE CRUDITÉS DE SAISON
- VARIÉTÉ DE SALADE VERTE
- SALADE DE CONCOMBRE AU YAOURT

PLATS CHAUDS

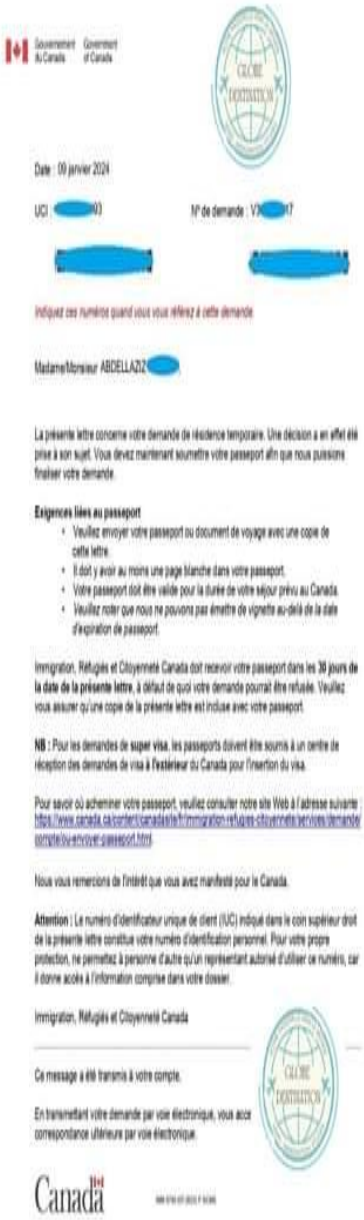
- COUSCOUS ROYAL
- RECHTA ALGÉROISE
- CHEKHCHOUKHA AU BEURRE
- COUSCOUS AUX GLANDS
- MHEMAR AUX PRUNEAUX
- REFIS BEL BEN
- CHORBA FRIK
- BOUREK
- HARIRA
- VARIÉTÉS DE SALÉS
- PAIN TRADITIONNEL
- MHEMAR AUX PRUNEAUX

DESSERTS & BOISSONS

- TEMINA
- DATTES FOURRÉES
- DRESS
- DZIRIETTE
- MAKROUT LOUZ
- FANID
- MCHAKEL
- KHOUBZ EL BAY
- SAMSA
- BOISSONS FRAÎCHES
- SELLOU MAROCAIN
- BESSBOUSSA
- SKENDER
- MCHEKEKE
- SBIATTE BAY
- HALVA TURK
- MHANCHA
- KTAIF
- FRUITS DE SAISON
- BOISSONS CHAUDES

MERCREDI 27 SEPTEMBRE 2023
À PARTIR DE 18H À LA TERRASSE EL DJININA


Hôtel Bracelet D'argent
Tarifs des Chambres
- Single: 5200,00 DA
- Single en D/P: 6260.00 DA
- Double: 7800.00 DA
- Double en D/P: 9695.00 DA
- Triple : 9600.00 DA
- Triple en D/P: 13492.00 DA
Petit Déjeuner
Inclus



Gouvernement du Canada | Government of Canada

Date : 09 janvier 2024

UCI : [redacted]03 | N° de demande : V[redacted]17

[redacted]

Indiquez ces numéros quand vous vous référez à cette demande.

Madame/Monsieur ABDELLAZIZ [redacted]

La présente lettre concerne votre demande de résidence temporaire. Une décision a en effet été prise à son sujet. Vous devez maintenant soumettre votre passeport afin que nous puissions finaliser votre demande.

Exigences liées au passeport

- Veuillez envoyer votre passeport ou document de voyage avec une copie de cette lettre.
- Il doit y avoir au moins une page blanche dans votre passeport.
- Votre passeport doit être valide pour la durée de votre séjour prévu au Canada.
- *Veuillez noter que nous ne pouvons pas émettre de vignette au-delà de la date d'expiration de passeport.*

Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada doit recevoir votre passeport dans les **30 jours de la date de la présente lettre**, à défaut de quoi votre demande pourrait être refusée. Veuillez vous assurer qu'une copie de la présente lettre est incluse avec votre passeport.

NB : Pour les demandes de **super visa**, les passeports doivent être soumis à un centre de réception des demandes de visa **à l'extérieur** du Canada pour l'insertion du visa.

Pour savoir où acheminer votre passeport, veuillez consulter notre site Web à l'adresse suivante : https://www.canada.ca/content/canadasite/fr/immigration-refugies-citoyennete/services/demande/comptetou-envoyer-passeport.html.

Nous vous remercions de l'intérêt que vous avez manifesté pour le Canada.

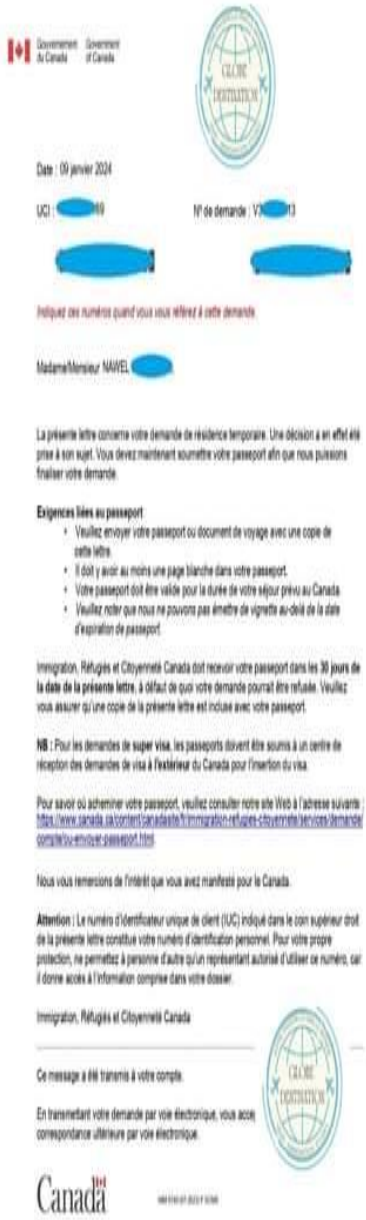
Attention : Le numéro d'identificateur unique de client (UIC) indiqué dans le coin supérieur droit de la présente lettre constitue votre numéro d'identification personnel. Pour votre propre protection, ne permettez à personne d'autre qu'un représentant autorisé d'utiliser ce numéro, car il donne accès à l'information comprise dans votre dossier.

Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada

Ce message a été transmis à votre compte.

En transmettant votre demande par voie électronique, vous acce correspondance ultérieure par voie électronique.

Canada



Gouvernement du Canada | Government of Canada

Date : 09 janvier 2024

UCI : [redacted]49 | N° de demande : V[redacted]13

[redacted]

Indiquez ces numéros quand vous vous référez à cette demande.

Madame/Monsieur NAWEL [redacted]

La présente lettre concerne votre demande de résidence temporaire. Une décision a en effet été prise à son sujet. Vous devez maintenant soumettre votre passeport afin que nous puissions finaliser votre demande.

Exigences liées au passeport

- Veuillez envoyer votre passeport ou document de voyage avec une copie de cette lettre.
- Il doit y avoir au moins une page blanche dans votre passeport.
- Votre passeport doit être valide pour la durée de votre séjour prévu au Canada.
- *Veuillez noter que nous ne pouvons pas émettre de vignette au-delà de la date d'expiration de passeport.*

Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada doit recevoir votre passeport dans les **30 jours de la date de la présente lettre**, à défaut de quoi votre demande pourrait être refusée. Veuillez vous assurer qu'une copie de la présente lettre est incluse avec votre passeport.

NB : Pour les demandes de **super visa**, les passeports doivent être soumis à un centre de réception des demandes de visa **à l'extérieur** du Canada pour l'insertion du visa.

Pour savoir où acheminer votre passeport, veuillez consulter notre site Web à l'adresse suivante : https://www.canada.ca/content/canadasite/fr/immigration-refugies-citoyennete/services/demande/comptetou-envoyer-passeport.html.

Nous vous remercions de l'intérêt que vous avez manifesté pour le Canada.

Attention : Le numéro d'identificateur unique de client (UIC) indiqué dans le coin supérieur droit de la présente lettre constitue votre numéro d'identification personnel. Pour votre propre protection, ne permettez à personne d'autre qu'un représentant autorisé d'utiliser ce numéro, car il donne accès à l'information comprise dans votre dossier.

Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada

Ce message a été transmis à votre compte.

En transmettant votre demande par voie électronique, vous acce correspondance ultérieure par voie électronique.

Canada

EXCURSIONS (EN EXTRA):

- Visite du lac de Sapanca et des forêts de Maachoukia avec activités (quad, zipline ...etc.)
- Soirées en bateau (Layali Chamia) au Bosphore avec dîner inclus

PLANS DE VOL ET DATES

- **Du 21/04/2024 au 28/04/2024**

TK 652 21 APR 7 ALGIST 1145h 1720h 333 E 0 M
TK 653 28 APR 7 ISTALG 1505h 1655h 32B E 0 M

- **Du 28/04/2024 au 05/05/2024**

TK 28 APR ALGIST 1145h 1720h
TK 05 MAI ISTALG 1505h 1655h

- **Du 05/05/2024 au 12/05/2024**

TK 05 MAI ALGIST 1145h 1720h
TK 12 MAI ISTALG 1505h 1655h

- **Du 12/05/2024 au 19/05/2024**

TK 12 MAI ALGIST 1145h 1720h
TK 19 MAI ISTALG 1505h 1655h

- **Du 26/05/2024 au 02/06/2024**

TK 26 MAI ALGIST 1145h 1720h
TK 02 JUN ISTALG 1505h 1655h

Fiche technique :

- Circuit : **Tassili de l'Immidir (Tamanrasset)**
- Durée : 08 jours/07 nuits /06jours de marche
- PORTAGE : uniquement les affaires de la journée
- Niveau physique : de **6** à **7** heures par jour, sans difficulté technique apparente, MOYENNE CONDITION PHYSIQUE REQUISE

- Distance total : **90** km
- Catégorie :Sortie aventure .
- Activités : Trek, **CAMPING** , Découverte
- Nature du terrain : sentiers et pistes avec **moyen** dénivelé
- Type de circuit: semi-itinérant. Vous découvrez la région en faisant étape chaque jours dans un vouveau campement
-
- Ecosystème : **Sahara**
- Hébergement : Camping Sauvage

- Restauration : **Pension compete**
- Altitude max : 1800 m
- Altitude min : 1040 m
- Objectif : Découverte du milieu naturel et sauvage (montagne rocheuse dune de sable)

-Initier les novices en Trek avec bivouac sur des sentiers moyen dénivelé de 800 m (sans ou avec gestion de camp de base)sans portage et avec assistance de guide.

- Préformer le randonneurs sur le plan physique et mental et leur apprendre a s'auto-gérer en les impliquant dans la gestion du camp de base afin de les préparer a l'autonomie totale.

Encadrement

Guide accompagnateur et une équipe locale

Les points forts

-Un circuit exclusif, totalement isolée au cœur du Tassili de l'Immidir

- Trek particulièrement rare en logistique chamelière, région parmi les plus spectaculaires au monde et un des plus beaux déserts du Sahara

Groupe Hôtellerie Tourisme & Thermalisme
Entreprise De Gestion Touristique Du Centre

Hotel Rais

Tarifs Chambres En T.T.C

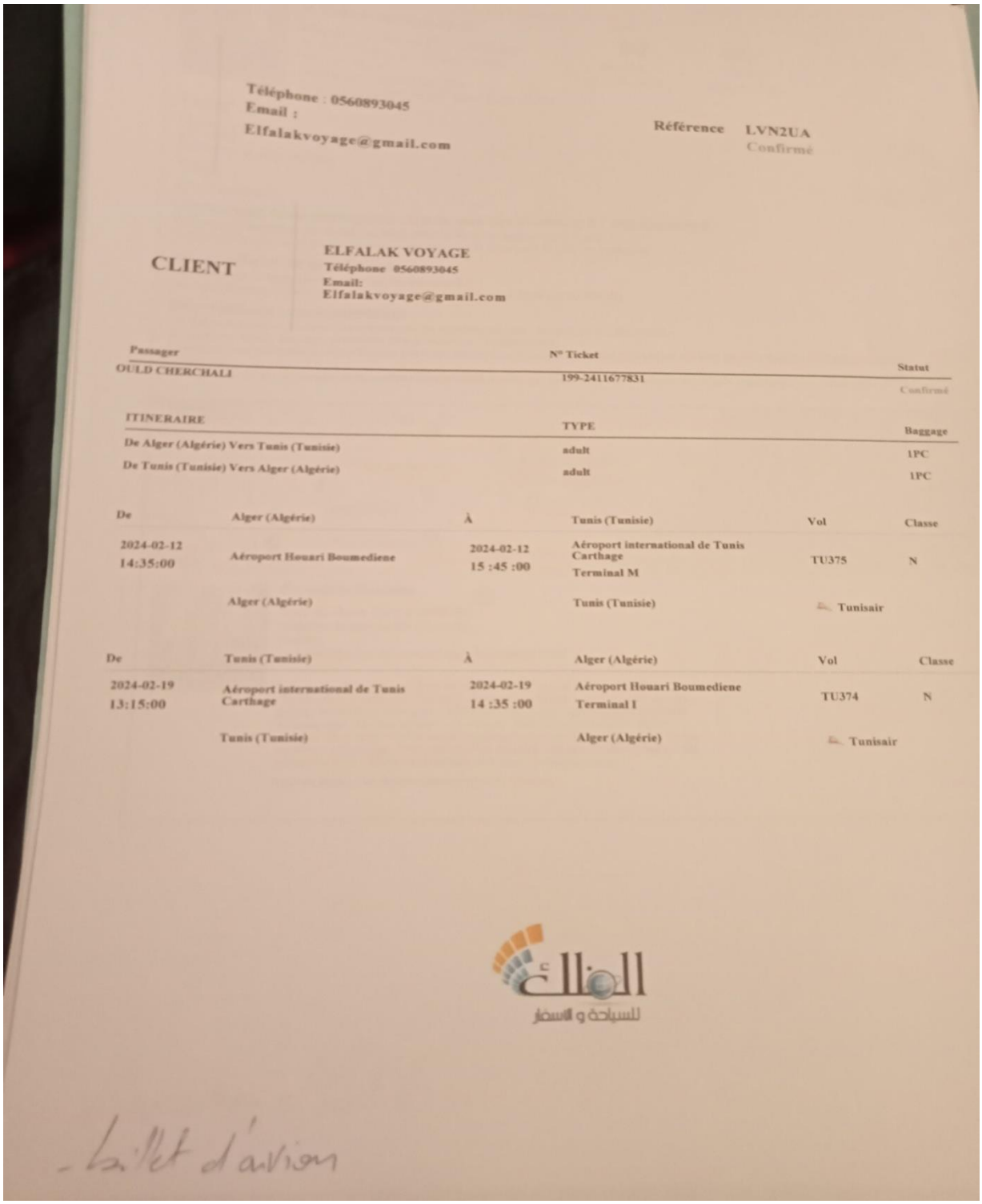
Chambre Single	9 000 Da
Chambre Double	11 500 Da
Suite Single	14 000 Da
Suite Double	17 000 Da
Chambre Nuptiale (demi pension)	16 000 Da
Suite Nuptiale (demi pension)	19 000 Da
Bungalow Single	10 000 Da
Bungalow Double	12 000 Da
Bungalow Triple	15 000 Da
Bungalow Quadruple	19 000 Da
Bungalow Vip	20 000 Da
Studio Single	10 000 Da
Studio Double	12 000 Da
Studio Confort Single	13 000 Da
Studio Confort Double	15 500 Da

Petit Déjeuner Inclus
Paiement Au Check-in

SOYEZ LES BIENVENUS


Travel
PEGAMEL
time to
Adventure
Visite &
découverte
Randonnée
Bordj Zemoura
Vendredi
09/02/2024
Soltan & Soltana
Vendredi
09/02/2024
Theniet El had
Samedi
10/02/2024
(+213) 0659 817 819
(+213) 0559 282 488
PEGAMELTRAVEL@GMAIL.COM
Pegamel.tours
Agence de voyage-PEGAMEL Travel
BOOK NOW


FREE
BREAKFAST!
07:00AM-10:00AM
"Breakfast is everything.
The beginning, the first thing.
It is the mouthful that is
the commitment to a new day."
- A. A. Gill
Le Dortoir Familial
PHOTOGRAPHY



Téléphone : 0560893045
Email :
Elfalakvoyage@gmail.com

Référence LVN2UA
Confirmé

CLIENT

ELFALAK VOYAGE
Téléphone 0560893045
Email:
Elfalakvoyage@gmail.com

Passager	N° Ticket	Statut
OULD CHERCHALI	199-2411677831	Confirmé

ITINERAIRE	TYPE	Baggage
De Alger (Algérie) Vers Tunis (Tunisie)	adult	1PC
De Tunis (Tunisie) Vers Alger (Algérie)	adult	1PC

De		À		Vol	Classe
2024-02-12 14:35:00	Aéroport Houari Boumediene Alger (Algérie)	2024-02-12 15 :45 :00	Aéroport international de Tunis Carthage Terminal M Tunis (Tunisie)	TU375 Tunisair	N

De		À		Vol	Classe
2024-02-19 13:15:00	Aéroport international de Tunis Carthage Tunis (Tunisie)	2024-02-19 14 :35 :00	Aéroport Houari Boumediene Terminal I Alger (Algérie)	TU374 Tunisair	N

الفلك
للسياحة و السفر

- billet d'avion

BLS
INTERNATIONAL

07	**Si le demandeur est mineur et qu'il ne voyage pas avec tous ses deux parents :** autorisation maternelle ou paternelle + extrait d'acte de naissance.si la tutelle ne revient pas aux parents : autorisation du tuteur + preuve de la tutelle (certificat de décès des parents ou le jugement du tribunal)
08	**Si le demandeur dépose son dossier seule et ramène les documents de son conjoint/ ses parents/ses frères/ ses enfants/ l'employeur :** Une prise en charge du conjoint/ les parents/ les frères /les enfants (doit être légalisé). Ou, à défaut, lettre explicative de l'employeur.
09	**Si le demandeur n'est pas un citoyen algérien :** un permis de résidence légale en Algérie, en cours de validité et de valide au minimum 3 mois après expiration du visa demandé, en cas d'expiration, accompagné d'une lettre du demandeur confirmant qu'il a demandé le renouvellement de son titre de séjour mais que celui-ci n'a pas encore été délivré.
10	La réservation confirmée de l'hôtel en Espagne
11	La réservation ou le billet aller-retour indiquant correctement l'itinéraire du voyage
12	**Les femmes enceintes :** présentation d'un rapport de grossesse détaillé
13	Une Fiche Familiale si le demandeur est marié(e)
14	Un certificat de résidence est obligatoire pour le demandeur ou son passeport est délivré hors la région ouest.
15	**Tous les documents sont à présenter en originaux, accompagnés d'un jeu complet de photocopies pour chaque dossier**

LE CONSULAT GENERAL INFORME QUE :	
1	**IL EST EN DROIT D'EXIGER DES DOCUMENTS SUPPLEMENTAIRES**
2	**LA REMISE DE LA DEMANDE DE VISA DEVRA SE FAIRE EN PERSONNE OU PAR UN REPRESENTANT LEGAL**
3	**DELAI DE DECISION : EN REGLE GENERALE 15 JOURS EXTENSIBLE JUSQUE'A 30 JOURS (art 23 du code communautaire des visas. Règlement (CE) N° 810/2009 du Parlement Européen et du conseil du 13 juillet 2009)**
4	**Il faut compter 180 jours à Partir de la date de dépôt de la demande**

DATE	SIGNATURE DEMANDEUR	SIGNATURE AGENT BLS

HOTEL M'SALLAH
MEDEA

PROCES VERBAL DE CONSTATATION
ET DE DESTRUCTION DE PRODUIT
AVARIES IMPROPRES A LA CONSOMMATION

L'an deux mille quinze le.....du mois de.....
nous directeur de l'hotel M'sallah, accompagné de.
Mr: .....Responsable de servise.....
Mr: .....Responsable du magasin et des achats.

Avons constaté puis ayant procéder à la déstruction du produit ci-après.

Fait à Médéa le:.....

Le Directeur Le Magasinier Le Chef cuisinier


Hotel M'SALLAH

Nos Tarifs

CHAMBRE SINGLE.....3000 DA HT

CHAMBRE DOUBLE.....5000DA HT

SUITE.....11500DA HT

Menu dujour.....1800 DA HT

boisson + ENTRÉE + plaT de Resistance + DesserT

Merci de Votre Visite

HOTEL M'SALLAH
MEDEA

MAIN COURANTE - RESTAURANT

Journée Du....................................

DEJEUNER

N° BON	N° CHAMBRE	ORGANISME	Nbres De REPAS	Reglement	
				En Especes	A/T

Le Caissier Principal

Le Chef de Salle

HOTEL M'SSALAH MEDEA

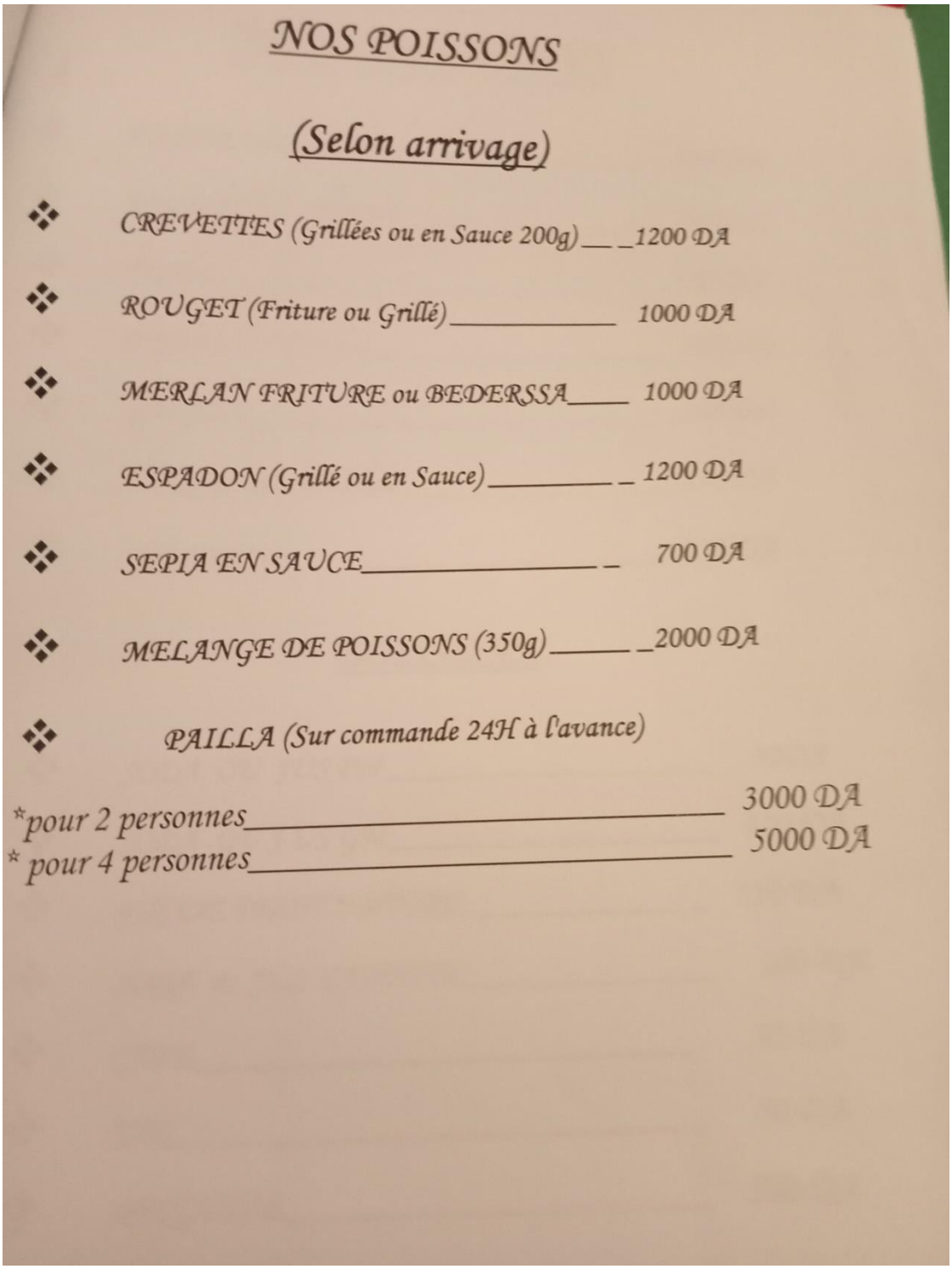
HOTEL M'SALLAH Boulevard BOUTAKOUB Rachid Tél : 025 . 58 . 93 . 38 Fax : 025.58.63.60 RC N° : 07 A 1732396 - 01/25

FICHE D'INVENTAIRE

CHAMBRE N°219

N/ord	DESIGNATION DES MATIERES	QUANT	N° INVENT	O-B-S
01	TELEVISEURS CONDOR 55 CM	01	162	
02	CLIMATISEURS CONDOR 9000	01	202	
03	TELE COMMANDE	02	162-202	
04	BUREAU EN BOIS	01		ENC
05	CHAISE EN BOIS	01	489	
06	TABLE DE NUIT	02		ENC
07	LIT EN BOIS 01 PLACE	02		ENC
08	POUBELLE PM INOX	01	1835	
09	SERVIETTE PM	01	2685	
10	SERVIETTE GM	01	2785	
11	RIDEAUX FENETRE COMPLET	02	1899-1900	
12	RIDEAUX DE DOUCHE	01	2885	
13	MIROIR	01	1447	
14	MATELAS	02	1529-1530	
15	DRAP DE LIT	02	2394-2395	
16	COUVRE MATELAS	02	2508-2509	
17	OREILLE	02	2301-2302	
18	COUETTE	02	2210-2211	
19	APPAREIL MOUSTIQUE	01	2933	
20	FRIGIDAIRE PM			
21	CENDRIER	01	-	
22	CINTRE	03	-	
23	APPAREIL TELEPHONIQUE	01	845	
24	VERRE A EAU	02	-	
25	SEAU DEAU + TASSE PLASTIQU	01	2979	
26	APPLIQUE DE DOUCHE	01	1402	
27	LUSTRE PLAFONIER	01	1121	
28	LUSTRE MURALE DEMI ROND	02	1201-1202	
29	LUSTRE MURALE ROND	01	1253	
30	BROSSE DE CUVETTE	01	3109	
31	DESCENTE DE LIT	02	3063-3064	
32	SUPPORT TV	01	760	

N/B / en cas de changement veuillez contacter le service economat



NOS POISSONS

(Selon arrivage)

- CREVETTES (Grillées ou en Sauce 200g) ____ 1200 DA
- ROUGET (Friture ou Grillé) _____ 1000 DA
- MERLAN FRITURE ou BEDERSSA _____ 1000 DA
- ESPADON (Grillé ou en Sauce) _____ 1200 DA
- SEPIA EN SAUCE _____ 700 DA
- MELANGE DE POISSONS (350g) _____ 2000 DA
- PAILLA (Sur commande 24H à l'avance)

*pour 2 personnes _____ 3000 DA
* pour 4 personnes _____ 5000 DA

NOS PLATS

- COTES D'AGNEAU (2Pièces) _____ 800 DA
- ENTRECOTES (GRILLE au POIVRE) _____ 800 DA
- ESCALOPES DE VEAU (à la crème, grillé, panée) 7000 DA
- ROTI DE VEAU _____ 700 DA
- M'FAWAR _____ 900 DA
- CORDON BLEU _____ 700 DA
- FILET DE VEAU (au poivre/chasseur/grillé) _____ 800 DA
- GIGOT D'AGNEAU MECHOUI (400g) _____ 1500 DA
- STEACK HACHE _____ 700 DA
- FOIE (grillé ou en sauce) _____ 800 DA
- POULET (Mariné, Rôti, Grillé, Farci _____ 600 DA
- SAUTE DE VEAU _____ 600 DA
- MTEOUAM _____ 600 DA
- KABAB _____ 600 DA
- ESCALOPE (Grillé/pannée/à la crème) _____ 700 DA

HOTEL M'SALLAH

MEDEA

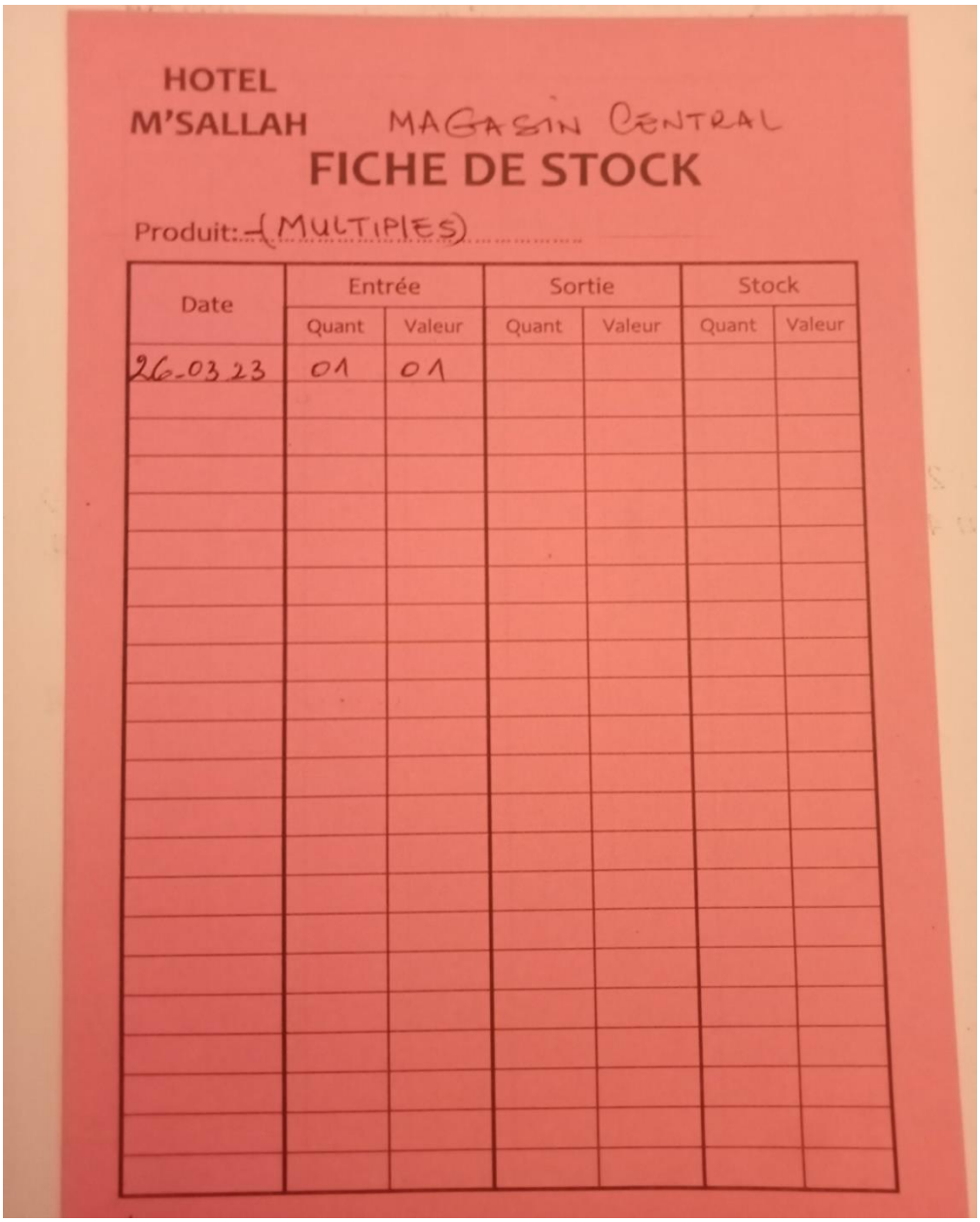
NOS ENTREES

CHAUDES

- CHORBA FRIK _____ 200 DA
- H'RIRA _____ 200 DA
- BOUREK (1pièces) _____ 100 DA
- CREME DE VOLAILLE _____ 200 DA
- SOUPE DE POISSON / SOUPE DE CREVETTE _____ 250 DA
- SOUPE DE LEGUMES _____ 200 DA
- BISQUE DE CREVETTES (selon arrivage) _____ 400 DA
- CREME DU BARY « CHOUX FLEUR _____ 200 DA

FROIDES

- ASSIETTE DE FROMAGE _____ 200 DA
- HORS D'ŒUVRE VARIE _____ 200 DA
- SALADE DE THON ou POULET _____ 200 DA
- SALADE TOMATE _____ 200 DA
- SALADE MECHOUIA _____ 150 DA
- ŒUFS DURS MAYONNAISE _____ 150 DA
- MACEDOINE (recette d'été) _____ 200 DA
- SALADE ALGERIENNE _____ 200 DA
- MACEDOINE DE LEGUMES _____ 150 DA
- OMLEETEE (fromage, thon, champignon, aux herbes fines _____ 150 DA
- OMLETTE MIXTE _____ 200 DA



HOTEL
M'SALLAH MAGASIN CENTRAL

FICHE DE STOCK

Produit: (MULTIPLES)

Date	Entrée		Sortie		Stock	
	Quant	Valeur	Quant	Valeur	Quant	Valeur
26-03-23	01	01				

Booking.com

Confirmation de réservation

NUMÉRO DE CONFIRMATION : 2545.456.2356



La wisteria Boutique Hotel

Adresse: Cumhuriyet Mh. Izzetpasa Sk. No:56 Bomonti Sisli, Şişli, 34380 Istanbul, Turquie
Téléphone : +90 212 638 16 37
Coordonnées GPS : N 041° 0.331, E 28° 58.783

ARRIVÉE	DÉPART	HÉBERGEMENTS / NUITS
30 JANVIER	06 FEVRIER	2 / 08
14:00 - 00:30	jusqu'à 10:30	VOTRE GROUPE : (2 adulte)

TARIF

1 hébergement	€ 629,99
8 % de TVA	€ 26,40
2 % de taxe gouvernementale	€ 6,60
Tarif	**€ 662,99**

(pour 1 personnes)

Le montant final correspond au prix que vous paierez à l'établissement.

Booking.com ne facture pas de frais de réservation ou d'administration à ses clients.
L'émetteur de votre carte peut vous facturer des frais sur les paiements en devises étrangères.

Informations sur le paiement

L'établissement Antique Hostel gère tous les paiements.
Cet établissement accepte les moyens de paiement suivants : Visa, Mastercard, Maestro

Informations supplémentaires

Veuillez noter que ce montant total n'inclut pas les suppléments (par exemple, les lits d'appoint).
En cas d'annulation, des taxes pourraient être débitées par l'établissement.
Si vous ne vous présentez pas ou n'annulez pas votre réservation au préalable, l'établissement est en droit de vous facturer le montant total de la réservation.
N'oubliez pas de lire la rubrique **Informations importantes** ci-dessous, car elle pourrait contenir des détails importants non mentionnés ici.





Chambre Doubles

Nom du client: MENSIF DENIDENI
Nombre de personnes : 2 adulte
Repas:
Le petit-déjeuner est compris dans le montant total.

Salle de bains privative • Vue sur un site d'intérêt • Vue sur la ville • Douche • Climatisation • Coffre-fort • Toilettes • Parquet • Serviettes • Linge de maison • Prise près du lit • Produits ménagers • Télévision • Chaussons • Moustiquaire • Matériel de repassage • Chaînes satellite • Chauffage • Télévision à écran plat • Sèche-cheveux • Fax • Coffre-fort pour ordinateur portable • Armoire ou penderie • Étages supérieurs accessibles uniquement par les escaliers • Portant • Papier toilette • Gel hydroalcoolique • Climatiseur indépendant dans les hébergements

Type de lit(s) : 2 lits double (dimension : 131-150 cm),

Téléphone : 0560893045
Email :
Elfalakvoyage@gmail.com

Référence LVN2UA
Confirmé

CLIENT

ELFALAK VOYAGE
Téléphone 0560893045
Email:
Elfalakvoyage@gmail.com

Passager	N° Ticket	Statut
OULD CHERCHALI	199-2411677831	Confirmé

ITINERAIRE	TYPE	Baggage
De Alger (Algérie) Vers Tunis (Tunisie)	adult	1PC
De Tunis (Tunisie) Vers Alger (Algérie)	adult	1PC

De		À		Vol	Classe
2024-02-12 14:35:00	Alger (Algérie) Aéroport Houari Boumediene	2024-02-12 15 :45 :00	Tunis (Tunisie) Aéroport international de Tunis Carthage Terminal M	TU375	N
	Alger (Algérie)		Tunis (Tunisie)	Tunisair	

De		À		Vol	Classe
2024-02-19 13:15:00	Tunis (Tunisie) Aéroport international de Tunis Carthage	2024-02-19 14 :35 :00	Alger (Algérie) Aéroport Houari Boumediene Terminal I	TU374	N
	Tunis (Tunisie)		Alger (Algérie)	Tunisair	

billet d'avion

GROUPE HTT
مجمع فندقة، سياحة وحمامات معدنية
HÔTELLERIE, TOURISME & THERMALISME
S.P.A au Capital Social de 14.950.000.000 de DA. RC N° 16/00-0017029B02. NIF N° 000216001702909.

REF/N° 123 / DVRHL/2021 Alger, le 08 JUIN 2021

Direction De La Valorisation Des Ressources Humaines Et Logistique
GROUPE HTT S.P.A

ERRATUM

Suite à la constatation d'une erreur de numérotation sur la consultation publiée le 20 juin 2021, nous vous informons que la consultation porte le numéro **04/2021** et non pas **02/2021**.

Ce pourquoi, le Groupe HTT a decidé de proronger le délai de préparation des dossiers des soumissionnaires de 4 jours, soit la date limite de dépôt des dossiers est fixée au **15 juillet 2021 à midi**.

Meilleurs salutations.

Direction De La Valorisation Des Ressources Humaines Et Logistique
GROUPE HTT S.P.A

7, Rue Belkacem Amani - Site SIDER - Hydra - Alger.
Tél.: 213 (0) 23 53 42 09 / 213 (0) 23 53 41 68 - Fax: 213 (0) 23 53 42 07
E-mail: groupe.htt@gmail.com