

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de L'Enseignement Supérieur et
De la Recherche Scientifique
Université Abderrahmane Mira – Béjaia-



Faculté des Lettres et des Langues
Département de français

Mémoire de master didactique

L'intitulé :

Modèle d'Analyse des besoins langagiers d'un public français langue
professionnelle

Présenté par :

M^{elle}: MAHOUST Sonia
M^{elle}: HAMOUMOU Kahina

Dirigé par :

Mme DERRADJI . L

-Année universitaire –
2019-2020

Remerciements

Avant tout, nous remercions Dieu, le tout puissant, de nous avoir donné la force et la patience pour accomplir ce modeste travail.

Qu'il nous soit permis d'exprimer notre reconnaissance à notre enseignante et promotrice, MME. DERRADJI L., pour avoir accepté de diriger ce travail. Nous la remercions également pour la confiance qu'elle nous a témoignée. Qu'elle veuille trouver ici notre estime, notre gratitude et notre respect. Nous exprimons notre reconnaissance à tout le personnel THAIS pour leur soutien

Toute notre reconnaissance à tous ceux qui ont contribué de prêt ou de loin à la réalisation de notre mémoire.

Nos remerciements vont également à tous nos amis, qui à diverses reprises, ont manifesté leur soutien et leurs amitiés.

Dédicaces

Je dédie ce mémoire

*A mes chers parents avec tous mes
sentiments de respect, d'amour, de
gratitude et de reconnaissance pour tous
leurs sacrifices déployés pour m'élever
dignement et assurer mon éducation dans les
meilleures conditions, pour leur tendresse,
leurs amour, leur soutien tout au long de ma
vie.*

*Que ce travail soit l'accomplissement de vos
vœux tant allégués et le fruit de votre
soutien infailible*

*A ma chère sœur Sihem pour ses
encouragements permanant, et son soutien
moral.*

*A mes chers frères que j'aime profondément
Wendi et Rahim*

*A mes chères copines Wassou, Lola, et
Sabrina, avec qui j'ai partagé de bons
moments.*

Sonia

Dédicaces

Je dédie ce mémoire

*En premier lieu à vous, mes très chers
parents, aucun mot, aucune dédicace ne peut
exprimer ma considération pour l'amour
éternel et les sacrifices que vous avez
consentis pour mon instruction et mon bien
être.*

A mes très chers frères

A mes chères sœurs

A toutes mes amies

Kahina



SOMMAIRE

Sommaire

| | |
|------------------------------------|---|
| Introduction générale | 8 |
|------------------------------------|---|

Chapitre 1 : Démarche FOS en milieu professionnel

| | |
|--|----|
| Introduction..... | 12 |
| 1.1. Définition du français sur objectif spécifique..... | 13 |
| 1.2. Emergence du Français sur objectifs spécifique(FOS)..... | 13 |
| 1.3. Démarche FOS en milieu professionnel | 17 |
| 1.4. Français langue professionnelle..... | 18 |
| 1.5. Description de la démarche FOS en milieu professionnel..... | 19 |
| 1.6. Distinction entre Français sur objectif(s) spécifique(s)et Français langue professionnelle..... | 21 |
| Conclusion | 24 |

Chapitre 2 : Méthodes d'analyse des besoins langagiers d'un public FLP

| | |
|--|----|
| Introduction..... | 25 |
| 2.1. Position géographique de l'Hôtel «Thais » à Tighremt | 26 |
| 2.2. Organigramme de l'Hôtel « Thais » | 26 |
| 2.3. Domaines d'activité de l'Hôtel..... | 27 |
| 2.4. Méthodes d'analyse des besoins langagiers des employés dans l'hôtel « Thais » | 29 |
| 2.5. Besoins langagiers..... | 31 |
| 2.6. Analyse des besoins langagiers | 32 |
| 2.7. Analyse du questionnaire..... | 33 |
| 2.8. Analyse des propos des responsables interviewés..... | 43 |

Sommaire

| | |
|------------------|----|
| Conclusion | 46 |
|------------------|----|

Chapitre 3 : Propositions didactiques

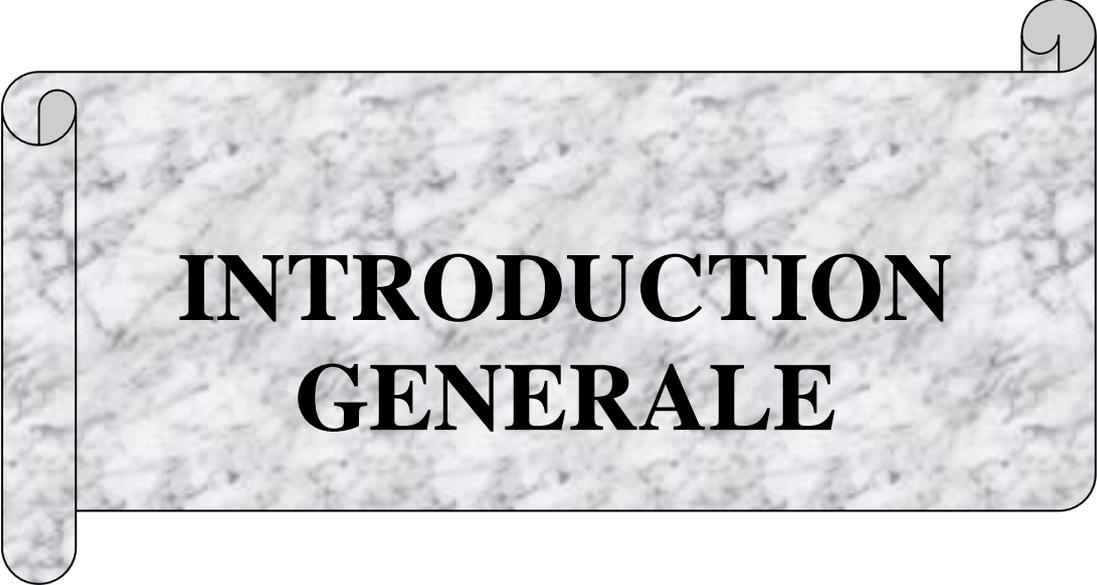
| | |
|--|----|
| Introduction..... | 48 |
| 3.1. Proposition didactique..... | 49 |
| 3.2. Séquence didactique..... | 49 |
| 3.3. Les étapes de la séquence didactique | 49 |
| 3.4. Aperçu global des séquences proposées | 52 |
| 3.5. Séquence I : les écrits spécifique au domaine de l'hôtellerie | 52 |
| 3.6. Séquence II : la sensibilisation au domaine de l'hôtellerie..... | 54 |
| Conclusion | 56 |

| | |
|----------------------------------|----|
| <i>Conclusion générale</i> | 57 |
|----------------------------------|----|

| | |
|--|----|
| <i>Références bibliographiques</i> | 59 |
|--|----|

| | |
|---------------------------------|----|
| <i>Table des matières</i> | 61 |
|---------------------------------|----|

Annexes

A decorative graphic of a scroll with a marbled pattern. The scroll is oriented vertically, with the top edge on the right and the bottom edge on the left. The marbling consists of intricate, swirling patterns in shades of grey and white. The scroll has rounded corners and a small, dark grey circular element at the top right corner, resembling a scroll fastener or a decorative flourish.

**INTRODUCTION
GENERALE**

Introduction générale

Le français après quelques années seulement de l'occupation française, a réussi à s'implanter en Algérie et à s'imposer comme langue officielle.

A cet égard, Grandguillaume (1998) souligne que « *si la langue officielle fut la langue des colons, des Algériens acculturés, de la minorité scolarisée, elle s'impose surtout comme langue officielle, langue de l'administration et de la gestion du pays, dans la perspective d'une Algérie française* »

Après l'indépendance, la langue française reste dextrement répandue en Algérie : « *l'étendu et la diversité des champs d'action de cette langue ainsi que son prestige semble être les facteurs dynamisant qui lui confèrent une bonne position dans la hiérarchie des valeurs sur le marché linguistique algérien* » Selon Queffelec(2002)

En effet, la langue française occupe une place cruciale dans plusieurs sphères, à savoir économique, social, éducatif. Il tient aussi une forte position dans le milieu professionnel, c'est la langue qu'utilisent la majorité des employés dans leur travail qu'ils soient nationaux ou étrangers.

La langue française dans le système éducatif algérien est considérée comme une langue de prestige et de la réussite professionnelle. Les programmes scolaires se traduisent ainsi en termes de compétences générales à faire acquérir aux élèves, d'objectifs spécifiques et de contenus.

L'enseignement de la langue française en Algérie ne s'est pas juste limité au français général, mais aussi au français de spécialité ou français sur objectifs spécifique désormais FOS, afin de pouvoir répondre au besoin des étudiants ou futur employeurs.

le français sur objectif(s) spécifique(s) n'est pas une notion qui à émerger de nulle part .Elle est l'aboutissement actuel d'une réflexion ancienne visant la conception d'un cours de français destinés à des adultes qui souhaitent utiliser le plus rapidement possible certaines compétences linguistiques et langagières dans un domaine précis .

le français sur objectif spécifique désormais FOS à donner naissance à son tour à plusieurs champs du français, (française sur objectif universitaire désormais FOU, et français langue professionnelle désormais f LP).

Le FOS est apparu pour faire face aux difficultés et aux besoins des étudiants ou futur professionnels, d'après quelques études, les étudiants diplômés dans des spécialités ont des

Introduction générale

difficultés pour accélérer une carrière professionnelle dans leur domaine de travail, parce qu'ils n'ont pas acquis des compétences suffisantes pour avoir un bon niveau.

La maîtrise de la langue française dans le milieu professionnel est importante, les professionnels ont besoin de cette dernière pour pouvoir effectuer certaines activités ou pour pouvoir communiquer efficacement, mais souvent ses employés trouvent des difficultés soit à l'orale ou à l'écrit.

Nous avons choisi de travailler sur ce thème de recherche, parce que le FOS est un domaine intéressant et motivant, et il a beaucoup de chose à découvrir.

En effet, cette étude nous permettra d'acquérir des nouvelles informations et aussi de trouver une méthode à analyser les besoins langagières des professionnels.

Dans ce thème de recherche intitulé « Modèle d'Analyse des besoins langagières d'un public FLP » qui s'inscrit dans le cadre de la recherche en didactique du français sur objectif spécifique (FOS) et plus précisément français langue professionnelle.

Les professionnels ou les étudiants diplômés en langue française, rencontrent des difficultés dans leur travail à cause de la non- maîtrise de quelques compétences langagières, cette situation nous a poussé à chercher et à réfléchir à une méthodologie qui pourrait analyser les difficultés et prendre en charge les besoins langagières d'un public FLP.

Pour cela nous nous posons les questionnements suivants : **Quelle méthodologie doit-on utiliser pour analyser les besoins langagières d'un public FLP ? Autrement dit**

Quelle démarche à suivre pour réussir à analyser les besoins langagières d'un public FLP ?

Pour répondre à cette problématique nous mettons notre réponse préalable qui reste à confirmer ou infirmer ; pour élaborer une réponse fiable, il faut que le chercheur mette une meilleure formation adéquate aux besoins du public destinés, sachant que les professionnels n'ont pas besoin de français en tant que langue mais du français avec des objectifs bien déterminés. Donc l'enseignement du FOS doit préciser et non pas généraliser, créer une atmosphère de jargons spécifiques pour compléter les lacunes et les carences dans n'importe quel domaine.

Introduction générale

Les hypothèses

- ❖ Procéder à une enquête en utilisant le questionnaire et l'interview pourrait aider l'enseignant à analyser les besoins d'un public spécifique.
- ❖ Analyser les situations de communication des employés permet d'obtenir le maximum d'informations sur leurs difficultés et leur besoins.

Méthodologie de recherche

Pour aboutir à la confirmation ou à l'infirmité de ces hypothèses, et afin de réaliser notre modeste étude, nous avons réalisé une enquête de terrain, qui a lieu au sein d'une entreprise, Cette enquête contient un questionnaire destiné aux employés et un entretien destinés aux responsables de cette entreprise .

Nous avons ensuite collecté des données sur les difficultés rencontrées par ces employés, enfin nous avons analysé les questionnaires destinés aux employés du service « Accueil », de l'hôtel « Thais » et nous avons procédé aussi à l'analyse des propos des personnes interviewées.

Plan de travail

Ce mémoire dans lequel nous rendons compte comporte trois chapitres :

- Le premier chapitre se centre sur les éléments théoriques relatifs au français sur objectifs spécifique (FOS) ; définition, émergence, ainsi que le français langue professionnelle et la démarche FOS n milieu professionnelle.
- Le deuxième chapitre sera consacré à la réalisation de notre enquête de terrain et à l'analyse de notre corpus constitué des réponses des employés au questionnaire distribué et des propos des responsables interviewés.
- Le troisième chapitre a pour objectif de proposer des séquences didactiques ,afin de prendre en charge les besoins des employés.

Introduction générale

Notre choix est porté sur le public français langue professionnel pour deux raisons :

D'abord ce qui nous a motivé le plus à mener cette recherche, c'est bien les difficultés rencontrées chez les professionnels, d'après le témoignage de la plupart des responsables.

Ensuite, c'est le fait que le FLP s'inscrit dans un nouveau champ de recherche en didactique du Français. Nous sommes persuadées que c'est un domaine où nous aurons beaucoup de choses à découvrir et ce travail nous permettra d'acquérir de nouvelles connaissances relatives à nos études.

A decorative graphic of a scroll with a marbled paper texture. The scroll is unrolled in the center, with the top and bottom edges curling upwards and downwards respectively. The marbling consists of intricate, organic patterns in shades of grey, white, and light brown.

CHAPITRE 1

Chapitre 1 : Démarche FOS en milieu professionnel

Introduction

Dans ce chapitre, nous allons procéder à la définition des notions de base de notre thème, à savoir FOS et FLP, ainsi nous allons exposer l'historique du français sur objectif spécifiques (FOS) et sa démarche qui se compose de cinq étapes. Il s'agit de la démarche du français sur objectif (s) spécifique (s) (FOS) , proposé par Jean Marc Mangiante et Chanatal Parpette en 2004, inscrite dans le cadre des recherches actuelles en didactique des langues culture.

Après cela, nous allons comparer le français sur objectif spécifique (FOS) et le français langue professionnel (FLP).

1.1. Définition du français sur objectif spécifique.

D'après Challe.O et Lehmann Denis nous citons : « *le FOS est une partie de la méthodologie du FLE destiné à un public adulte celui-là est généralement porteur d'une demande communicative professionnelle c'est-à-dire la fois spécifique et rapidement fonctionnelle.* »

Selon J. Marc Mangiante et Chantal Parpette nous citons : « *l'enseignement du FOS, émanant du monde professionnel est celui qui touche un public professionnel avec des demandes spécifiques : Tel Hôtel International d'Alep en Série ou de Porto Allègre s'adresse au Centre Culturel français pour former rapidement certaines catégories de personnel à communiquer avec des touristes francophones.* »

D'après l'Auteur J-Binon, 1991 p.154 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 construction* »

A travers les définitions de ces didacticiens célèbres nous pouvons constaté que le FOS dit Français sur objectif spécifique est un champs large qui fait partie de la didactique du FLE ;c'est une méthodologie s'adresse à un public professionnel suite à une demande donnée pour pouvoir communiquer dans des situations de communication dans un domaine donné aussi.

1.2. Emergence du Français sur objectifs spécifique(FOS)

Pour cerner les caractéristiques et les méthodes d'un terme ou d'un concept donné, il est important de remonté à son perçu historique, ses origines afin de comprendre et de perfectionner correctement ses structures et ses démarches. C'est le cas du français sur objectif spécifique dont les origines datent des années vingt du siècle précédent en Angleterre au cour des années 60 et 70 grâce aux travaux de Hutchinson et Walters(1987) suite à des demandes du ministre des affaires étrangers et d'entreprise ; avant reconnu par le français professionnel un français qui vise à apprendre une langue pour des besoins identifier , mais aujourd'hui c'est le terme FOS qui prédomine.

D'après Gisèle Holtzer (2004),dans son important article sur l'histoire du français spécialisé, même si l'expression français sur objectif(s) spécifique(s)/(FOS) est aujourd'hui à la mode,

Chapitre 1 : Démarche FOS en milieu professionnel

son objectif d'assurer un apprentissage en français à usage spécifique n'est pas nouveau .le FOS hérite d'un passé qui remonte aux années 1920.le cours de français crée , à cette époque , pour « instruction militaire des indigènes »en est le témoin .il a connu plusieurs évolution :historique ,méthodologique et terminologique .Nous les résumons dans les étapes suivantes :

1.2.1. Français Militaire (FM)

Pendant la première Guerre mondiale et pour des raisons pratiques, stratégiques et économiques ,le française s'impose comme la seule langue qui doit être parlée et enseignée dans les colonies français .Dés lors ,former les soldats indigènes à la maitrise du français constituait une préoccupation majeure de l'armées française ,Gisèle Kahn (1990) souligne « Une des préoccupation largement exprimées dans les textes officiels du Ministère de la Guerre dans les années qui ont suivi la Grande Guerre :volonté d'améliorer toutes les formes d'enseignement dans tous les domaine »

Le premier manuel de français spécialisé à l'usage de soldats africains de l'arme a vu le jour en 1927 sous le nom de Règlement provisoire du 7 juillet pour l'enseignement du français aux militaires indigènes. Comme on peut le lire sur ce site « le fos.com ».Ce dernier est composé de 60 leçons. Elles portent sur la vie quotidienne dans les casernes (l'habillement, les grades, le salut...), ainsi que sur l'enseignement de la terminologie militaire.

1.2.2. Français scientifique et Technique/français de spécialité (FS)

Les 1880 années sont marquées par l'émergence de publics spécialisés (professionnels, universitaire et scientifique et scientifique). A cette époque, l'usage du français connaît un recul sur la scène internationale .Cette situation pousse les responsables français du Ministère des Affaires Etrangère à chercher de nouveaux publics dans divers domaines. Un intérêt accru est porté aux domaines scientifiques et techniques .La tendance de français de spécialité s'accompagne avec la montée en force du français fondamental. L'accent est mis sur l'enseignement du lexique. Les cours visent à initier les apprenants aux langues spécialisées selon le domaine. Le premier manuel pour enseigner « Le français scientifiques et technique » a vu le jour 1971.

Chapitre 1 : Démarche FOS en milieu professionnel

1.2.3. Français Instrumental(FI)

l'idée principale de ce français, apparu dans les années 1970, est que le français conçu comme instrument d'accès à un certain type d'informations en général écrites .Comme on peut le lire dans cet extrait d'Henri Boyer(1990) , *« il e s'agit pas d'acquérir une compétence de communication ,mais une compétence de compréhension minimale. Ainsi, l'ingénieur qui veut pouvoir utiliser certaines documents en français n'a besoin que d'un certain type de capacité .Et à la différence de la perspective du « français fondamental », l'enseignement du « français instrumental vise un but immédiat et nécessairement limité. On s'intéresse à la réception plutôt qu'à la production, à l'écrit plutôt qu'à l'oral ».*

Selon Gisèle Holzer (2004) :14),c'est un type d'enseignant fonctionnel destiné à un public universitaire par l'aider à lire un type d'enseignement fonctionnel destiné à un public universitaire pour l'aider à lire la documentation spécialisées et à accéder à l'information scientifique, dans le cadre d'étude universitaire ou la documentation n'est disponible qu'en français.

1.2.4. Français Fonctionnel(FF)

L'émergence de cette nouvelle approche de l'enseignement du français aux publics spécifique en 1975 est due aux rejets de quelques principes des méthodes destinées aux publics spécifiques *« le français fonctionnel est construit contre ce qui précédait en matière d'enseignement aux publics spécifiques :plus encore contre les langues de spécialité, en tant qu'approche méthodologiquement construite, que contre des pratiques de type grammaire-tradition »* D. Lehman,(1993 :96) et il rajoute que c'est Louis Procher qui lance le terme de « français fonctionnel »pour la première fois dans un article « Monsieur Thibautet le Bec Bunes »où il propose cette définition : *« la meilleure définition du français fonctionnel nous paraît être celle d'un français qui sert à quelque chose par rapport à l'élève »* .Le français fonctionnel pose en son principe le centrage de l'enseignement sur l'apprentissage et donc une nécessité d'identifier avec précision les besoins langagières des apprenants.

Chapitre 1 : Démarche FOS en milieu professionnel

1.2.5 .Approche Communicative (AC)

Les années quatre-vingt sont marquées par l'apparition de l'Approche Communicative quoique et selon H.Boyer, M.Butzbach et M.Pendanx (1990 :57), « *approche communicative* » et « *enseignement fonctionnel* » tendent à désigner un seul et un même corps de doctrine théorique et méthodologique .Selon le CECRL ,la perspective privilégiée est de type actionnel et elle considère « *l'apprentissage des langues comme une préparation à une utilisation active de la langue pour communiqué* ».l'apprentissage fondé sur la tâche est, tout naturellement, une tendance forte et croissante dans le cadre de l'approche communicative.

1.2.6. Le français sur objectifs spécifique(FOS)

Entré dans la terminologie didactique au début des années 1990,sous l'expression « français sur objectif(s) spécifique(s) »,claquée sur l'expression anglo-saxonne « English for specific purposes »est la dernière étape du développement de ce type de français .

Dans les années, 1990, un nouvel intérêt est porté au français pour les professions, secteur important dans les échanges marchands, dans les communications internationales.

Le français sur objectif(s) spécifique(s)est constitué de tout ce qui n'est pas le français général . « *Il est né du soucis d'adapter l'enseignement du FLE à des publics adultes souhaitant acquérir ou perfectionner des compétences en français 'pour une activité professionnelle ou des études supérieures* » (Cuq,2003 :109).

L'objectif de la formation est de prendre en charge les besoins émanant du monde professionnel. Elle s'adresse et de prendre en charge les besoins émanant du monde professionnel .Elle s'adresse aux professionnels et aux étudiants non francophones, souhaitant améliorer leurs compétences linguistiques pour intégrer les lieux de travail ou pour atteindre leur objectifs universitaire.

Le FOS, s'inscrit dans une démarche fonctionnelle d'enseignement et d'apprentissage c'est-à-dire qu'il met l'accent sur la définition des buts de la formation et la clarification des objectifs de l'apprentissage. La formation vise à permettre le plus rapidement possible à l'apprenant de « fonctionner »avec efficacité. Elle est bâtie à partir d'une analyse des besoins de formation du public ,du milieu concerné, des situations dans lesquelles il interagit et des fonctions langagières qu'il doit être capable de réaliser.

Chapitre 1 : Démarche FOS en milieu professionnel

1.2.7. Français Langue Professionnelle(FLP)

La diversification des domaines professionnels et les demandes croissantes du monde professionnel d'améliorer les compétences des professionnels obligent le FOS à s'adapter aux besoins du marché du travail. L'émergence du FLP est associée à un certain nombre de changement socio-économique et politiques.

Il n'est plus possible de mener à bien à bien son activité professionnelle sans recourir à la langue sous différentes formes (orale, écrite à distance, en directe...).

F.Mourlhon-Dallies (2008 :69) écrit à ce sujet : *« on remarque donc que l'occupation des postes de travail, y compris de premier niveau de qualification ,implique de plus en plus souvent une certaine habilité à lire à écrire, transmettre, etc. Dans le même temps ,le nombre de professions ne demandant pas de verbalisation diminue, y compris dans les métiers dits manuels. Dans ces condition, la question de la maitrise de la langue au travail rejoint celle de l' accès à l'emploi et du maintien dans l'emploi »*

Ainsi le FLP renvoie à une démarche d'enseignement du français à des fins professionnelles :il vise des publics devant exercer leur profession en français.

1.2.8. Français sur Objectifs Universitaires(FOU)

Le FOU est un cas de mise en œuvre de la démarche FOS qui s'attache au savoir , au savoir-faire ,savoir-être langagiers et culturels, nécessaire à l'insertion et à la réussite universitaire, dans un contenu francophone(Mangiante et Richer2014 :4).Il vise donc à préparer les étudiants étrangers à suivre des études dans des pays francophones. Il se distingue par la diversité des disciplines universitaire visées par les apprenants. (L.Z.Derradji(2014).

1.3. Démarche FOS en milieu professionnel

L'objectif de notre recherche est de mettre en relation l'analyse de la formation linguistique à visé professionnel en Algérie avec la démarche du français sur objectifs spécifique (FOS),inscrit dans le cadre des recherches en didactique des langues proposé par J-M.Mangiante et C.Parpet qui signalent « le modèle mis au pont en FOS, fondé sur l'analyse des besoins ,la collecte des données et l'élaboration de cours »(2004 :9)

Chapitre 1 : Démarche FOS en milieu professionnel

1.4. Français langue professionnelle

Le français langue professionnelle (FLP) est une démarche d'enseignement du français à des fins professionnelles, elle est destinée à des publics qui exercent leur profession en langue française.

La langue française occupe une place importante dans différents domaines du travail en Algérie, les demandes d'amélioration de compétence des professionnels augmentent de plus en plus. Nous trouvons que la formation du français sur objectif(s) spécifique(s) (FOS) à visé professionnel en charge les besoins spécifiques de professionnels.

La demande et le besoin d'apprendre le français à des fins professionnelles se font sentir et se sont accentués de plus en plus à l'orée du troisième millénaire et ce pour plusieurs raisons. D'une part, la diversification des domaines professionnels en « niche » de plus en plus pointues (comme l'aéronautique, l'art floral, etc.) D'autre part, pour des causes politiques et économiques : le besoin de main-d'œuvre très qualifiée ou peu qualifiée, postes que peuvent occuper les étudiants qui poursuivent leurs études ou les professionnels en formation ainsi que les migrants mais à condition d'avoir une compétence communicationnelle et donc une certaine maîtrise de la langue française pour faciliter et assurer la compréhension des échanges avec les supérieurs ou entre collègues afin de créer l'esprit d'équipe ainsi qu'une bonne ambiance, et éloigner quelque ambiguïté pouvant créer des conflits. En un mot, pour un bon rendement et un travail efficace. Une formation donc s'impose !

Cependant, il est à signaler que même certains natifs, donc francophones, présentent de grandes lacunes particulièrement au niveau de la compétence de l'écrit.

Nous pouvons citer ceux qui travaillent dans les secteurs du bâtiment, de l'hôtellerie, de l'hygiène, etc, qui ont une faible qualification et qui ont du mal à respecter certaines normes de qualité : incompréhension des procédures, problèmes de savoir-vivre, etc.

C'est ainsi que les pouvoirs politiques considèrent la maîtrise de la langue comme une compétence professionnelle comme un droit permettant l'insertion au travail.

Quant aux appellations sur ce type de formation pour un but professionnel, nous avons eu droit à une bagatelle, dont « français professionnel », « français à visée professionnelle », etc., qui se stabilise pour l'instant sur cette appellation « français langue professionnelle ».

Chapitre 1 : Démarche FOS en milieu professionnel

Certaines institutions proposent des diplômes de FLP depuis 2006 comme ceux par la CCIP(chambre du Commerce et l'Industrie de Paris) :le CFPI et CFP25(Certificat de Français Professionnel) ;le DFM(Diplôme du Français Médical) ; le DFA 1et 2(Diplôme du Français des Affaires) ,ainsi que beaucoup de certificats délivrés pour de nombreuses autres professions (secrétariat et hôtellerie :CFTH ?droit :CFJ, etc.).

1.5. Description de la démarche FOS en milieu professionnel

L'objectif de notre étude est d'articuler la compétence linguistique aux compétences professionnelles. Le français sur objectifs spécifiques est une démarche méthodologique qui vise un public précis dans un contexte bien déterminé. La plupart des apprenants doivent effectuer leur formation dans un laps de temps pour satisfaire leurs besoins langagiers en langue française dans le milieu professionnel. Nous trouvons la démarche FOS est une formation qui était lancée par Jean Marc Mangiante et Chantale Parpette(2004), elle répond à ce genre de besoin, elle comporte cinq(05) étapes :

1.5.1 Etape 01 : une demande de formation

Cette étape et celle qui permet de repérer à quel type de situation d'enseignement l'enseignant est confronté et s'il faudra mettre en place un programme de FOS ou un programme plus large du type du Français de spécialité.

Il s'agit de l'identification et de l'étude de la demande exprimée par l'organisme commanditaire qui sollicite l'institution d'enseignement afin qu'elle assure une formation linguistique à un public particulier, avec un objectif précis de formation, assorti de contraintes de durée, d'horaire, voire de coût de conditions matérielles. J.M.Mangiante et C.Parpette confirme que « *la mise en place d'un programme de FOS peut être le résultat de deux démarches très distinctes. Elle peut répondre à la demande d'un client qui exprime un besoin de formation ou, inversement, être une offre proposée par un centre de langue* » (2004 :10)

1.5.2 .Etape 02 : Analyse des besoins

L'analyse des besoins se centre sur l'identification des besoins qui a pour objectif d'analyser les situations de communication auxquelles l'apprenant sera confronté dans le domaine

Chapitre 1 : Démarche FOS en milieu professionnel

professionnel .L. Procher (1976 :6 cité par L.Z.Derradji) souligne que « *le besoin n'est pas un objet qui existe et que l'on pourrait rencontrer dans la rue il est un objet construit, le nœud de réseaux conceptuels et le produit d'un certain nombre de choix épistémologiques* » (2014 :33)

1.5.3. Etape 03 : Recueil des données sur le terrain

La troisième étape et la plus importante .elle constitue charnière qui caractérise la méthodologie FOS par rapport à une démarche de FLE classique car elle permet la sélection des documents authentiques qui suivront de support pédagogiques.

La collecte ces donnée permet à l'enseignant – concepteur de construire son programme en entrant en contacte avec les principaux acteurs du secteur professionnel ou universitaire concerné .il devra enrichir sa documentation en recueillant des informations , des discours spécifiques à ce domaine et aux situations de communication en recueillant visée.il devra récolter des documents écrits(lettres, notes ,rapport...) et enregistrer des entretien oraux (dialogue en situation professionnelle , réunions...) Selon M.Mangiant et C.Parpette « *cette étape comme étant le centre de la gravité de la démarche* »(2004 :46)

1.5.4. Etape 04 : Analyse et traitement des données

Ces données réellement authentique vont prendre en forme très diverses et constituent un type de discours inhabituel pour l'enseignant .il devra donc les analyser dans une double perspective : vérifier, confirmer ou infirmer les hypothèses qu'il a formulées lors de l'étape d'analyse des besoins et étudier les caractéristiques et discursives de ces différents discours afin d'en dégager les pistes d'enseignement prioritaires pour programme. Cette quatrième étape est l'analyse des données recueillies.

1.5.5 Etape 05 :l'élaboration didactique

Constitue la cinquième étape de la démarche. Il s'agit pour l'enseignant-concepteur de construire les activités pédagogiques en intégrant à son programme les données collectées et analysées. Il aura préalablement sélectionné les situation de communication à privilégier en fonction des besoins spécifique de son public et il devra repérer , au sein de ces situations , les aspects culturels à étudier et les savoir –faire langagiers à faire acquérir par les différentes activités d'enseignement .

Chapitre 1 : Démarche FOS en milieu professionnel

La phase préparatoire composée de ces cinq étapes demande ainsi le plus gros investissement en temps et en travail à réaliser avant le début de la formation.

1.6. Distinction entre Français sur objectif(s) spécifique(s) et Français langue professionnelle.

Le français langue professionnel (FLP), est faite partie du français sur objectifs spécifiques (FOS), tout les deux visent un enseignement du français à des fins langue professionnelles avec un but précis selon F. Mourlhon-Dallies (2008 :27), le français langue professionnel (FLP) est destiné à des personnes qui exercent leurs métiers en langue française et a ceux qui sont en voie de professionnalisation F. Mourlhon-Dallies (2008 :75 cité par L.Z.Derradji) ajoute « *en effet, le FLP concerne aussi bien le jeune ingénieur français qui sort de son école et qui n'a jamais accédé un emploi que le migrant déjà confirmé dans son métier(...)* Ce positionnement transversal au FLM, FLS, FLE ,es une grande différence avec le FOS »(2004 :42-43) Tandis que le FOS s'adresse aux publics de français langue Etrangère (FLE) appeler à travailler en français et qui sont déjà insérés professionnellement .Selon F.Mourlhon-Dallies(2008 :72 cité par L..Z.Derradji),le FOS s'adresse : « *à des non natifs de maitrise le français dans leur contexte professionnel d'origine en ciblant des compétences limitées (besoin de leur de lecteur technique ,contact avec une clientèle française, négociation en français* »(2014 :42)

Le tableau ci-dessous (cité par L.Z.Derradji 2014 :43), nous montre la distinction entre le français sur objectif spécifique et français langue professionnelle.

Tableau 01 : Distinction Français sur Objectif(s) Spécifique(s) (FOS) et Français langue professionnelle (FLP) FOS/FLP

| FLP | FOS |
|---|--|
| - Cible l'ensemble de situation de communication qui caractérise le milieu professionnel en général | - Cible des situations de communications précises d'un domaine d'activité bien déterminé |

Chapitre 1 : Démarche FOS en milieu professionnel

| | |
|--|--|
| - Repose sur une approche transversale d'un domaine professionnel | - Pose sur une approche par métier |
| - Objectif de la formation cible des compétences transversale aux différents domaines (objectif large) | - Objectif de la formation cible des compétences limitées (objectif précis) |
| - Vise un public du FLE et FLM en voie de professionnalisation | - Vise à un public de FLE déjà insérés professionnellement ou près de l'être |
| - Formation à moyenne ou à longue terme(diverse des thèmes et des compétences liées à une discipline) | - Formation à court terme (centration sue certaines situations cible) |
| - Contenu nouveaux non maitrisés par l'enseignant | - Contenu nouveaux non maitrisés par l'enseignant |
| - Travail autonome de l'enseignant | - Travail en contact avec les acteurs du métier étudiés |
| - Matériel existant | - Matériel à élaborer |

Tout d'abord, le FOS répond aux besoins de personnes ayant déjà leurs emplois et douées d'une certaine qualification, tandis que le FLP concerne même des personnes très peu qualifiée occupant des postes de « bas niveau » ne nécessitant pas de diplôme particulier.

Ensuite, le public du FOS a une certaine connaissance de la langue et maîtrise plus ou moins (un niveau de 120 heures était en général requis), alors que le FLP prend en charge toute sorte de public y compris les débutants complets.

Ainsi le FLP ne se contente pas d'un public pratiquant le français comme langue étrangère à l'image du FOS mais s'applique aussi bien à des enseignements en français langue maternelle (FLM) qu'en français langue second (FLS) ainsi qu'en français langue étrangère (FLE) .Il peut traiter d'un même groupe de natifs et des non natifs contrairement au FOS qui se situe le champ du FLE.

Chapitre 1 : Démarche FOS en milieu professionnel

De plus, le FOS s'intéresse à un public bien tandis que le FLP peut traiter différents métiers d'un même domaine : la médecine, par exemple en regroupant dans un même cours plusieurs métiers : infirmiers médecins, chirurgiens et bien d'autres travaillant dans le secteur sanitaire.

Par ailleurs, le FLP ne se soucie pas uniquement de l'acquisition de compétences langagières associées à la communication dans le métier mais également à certaines compétences spécifiques à la profession elle-même.

Enfin, nous signalerons que le FOS se préoccupe et du côté institutionnel, académique, et du côté professionnel tandis que le FLP ne prend en charge que ce dernier.

C'est à la lumière de cette modeste comparaison que nous inscrivons plutôt dans le FOS car notre recherche oscille entre l'institutionnel (l'académique) et le professionnel et se délimite uniquement dans les champs de FLE. Quant à notre public, il est bien défini et notre ambition serait de répondre à ses attentes et à ses besoins spécifiques.

Chapitre 1 : Démarche FOS en milieu professionnel

Conclusion

A travers ce premier chapitre nous avons essayé de définir le Français sur Objectifs Spécifiques, ainsi nous avons exposé sa démarche qui se compose de cinq étapes .Ensuite nous avons fait un rappel sur l'apparition de français sur objectif spécifique et nous avons exposé aussi la définition de français langue professionnel et son importance en milieu professionnel. Enfin nous avons comparé le FOS et FLP.

Dans le chapitre suivant, nous nous intéresserons aux méthodes que nous pouvons utiliser pour analyser les besoins langagiers d'un public français langue professionnelle.

A decorative graphic of a scroll with a marbled paper texture. The scroll is oriented horizontally and has a black outline. The marbling consists of irregular, vein-like patterns in shades of grey, white, and light brown. The scroll is partially unrolled, with the top and bottom edges curving upwards and outwards, and the left edge curving downwards and outwards. The text 'CHAPITRE 2' is centered on the scroll.

CHAPITRE 2

Chapitre 2 : Méthodes d'analyse des besoins langagiers d'un public FLP

Introduction

Toute démarche FOS procède par diverses étapes, dont la première en ce qui nous concerne, consiste l'analyse des besoins, mais tout d'abord nous allons présenter notre lieu d'enquête qui est l'Hôtel « Thais » qui se situe à « Tighremt » ainsi nous allons présenter son organisation et ses domaines d'activités.

Dans notre enquête de terrain, nous avons procéder à deux méthodes d'analyses des besoins : la première est d'établir un questionnaire destiné aux professionnels, tandis que la deuxième est de réaliser des entretiens avec les responsables de l'Hôtel.

L'objectif de notre enquête est de déterminer une méthode d'analyse des besoins, afin de collecter les besoins et repérer les difficultés que rencontrent les employés dans l'Hôtel.

Ensuite, nous allons analyser les données que nous avons collecté, tout au long de notre enquête, pour obtenir les informations indispensables concernant nos enquêtés.

Enfin nous allons proposer des séquences didactiques.

Chapitre 2 : Méthodes d'analyse des besoins langagiers d'un public FLP

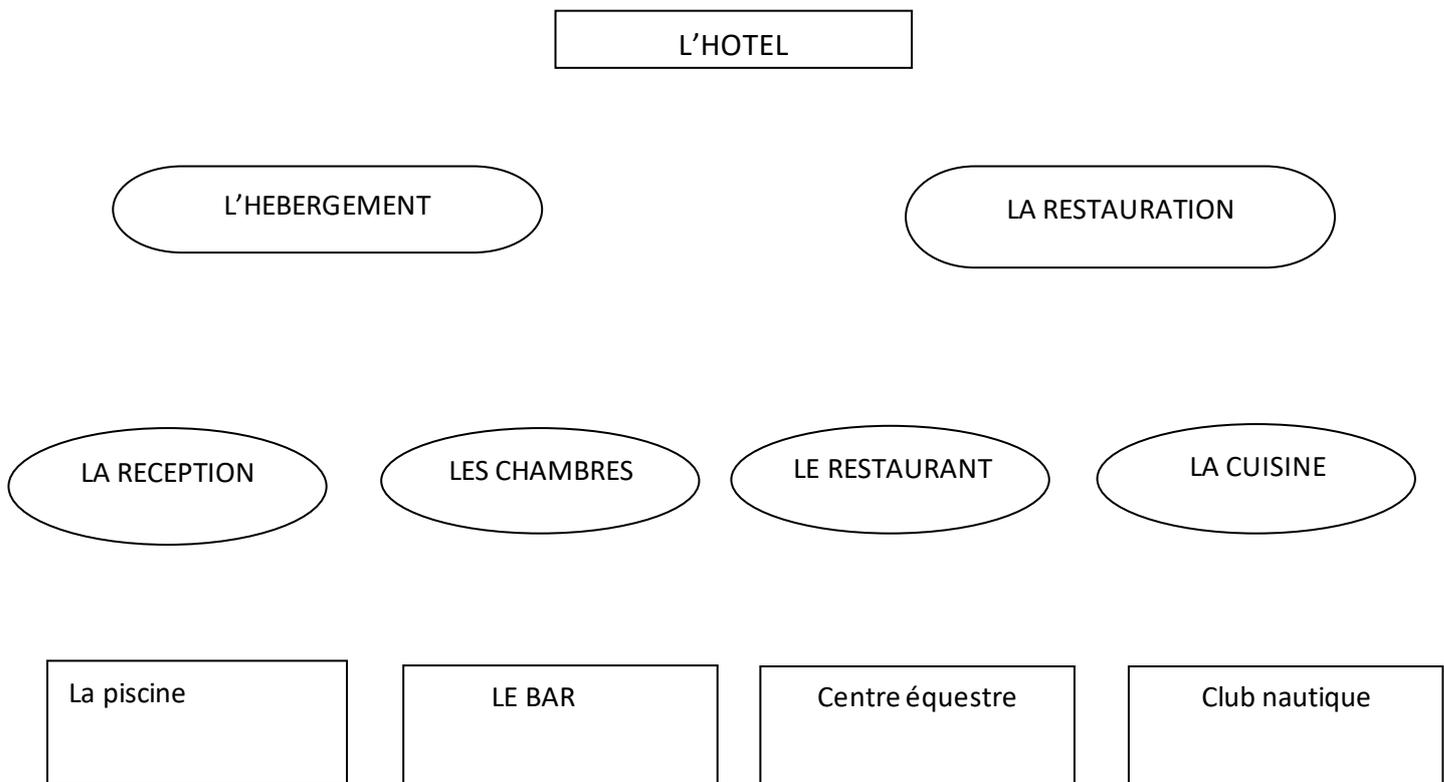
2.1. Position géographique de l'Hôtel «Thais » à Tighremt

L'Hôtel « Thais » est situé sur des rochers en face de la mer à une dizaine de kilomètres à l'ouest de Bejaia. L'hôtel dispose de 24 chambres et suites modernes ainsi qu'un restaurant et une pizzeria.

L'hôtel Thais met à la disposition de sa clientèle une plage privée , un centre equestre, un club nautique et un club de sport mécaniques

Non loin de l'aéroport Abane Remdane et du port de Bejaia, l'Hôtel « Thais » avec ses chambres et ses suites, son restaurant gastronomique sa terrasse, vous offre une vue imprenable sur la chaine montagneuse surplombant la mer et vous assure un cadre villégiature des plus agréables et digne des standards internationaux.

2.2. Organigramme de l'Hôtel « Thais »



Chapitre 2 : Méthodes d'analyse des besoins langagiers d'un public FLP

2.3. Domaines d'activité de l'Hôtel

2.3.1. Les métiers d'accueil

Les différents métiers d'accueil sont :

- **Standardiste** : ce métier consiste à aiguillier les appels reçus vers les chambres ou les services demandés.
- **Employé de réservation** : il vend les chambres et communique les tarifs ainsi que les disponibilités aux potentiels clients par téléphone ou par fax . L'employé de réservation doit faire attention aux informations que lui communique le client car une erreur de réservation serait fâcheuse pour l'image de l'Hôtel.
- **Réceptionniste** : c'est l'interlocuteur principal du client, il s'assure du bon déroulement de son séjour, le renseigne et l'assiste et s'occupe des formalités de son départ (préparation de la facture) : il doit aussi assurer le standard et veiller sur les fonds qui sont sous sa responsabilité.
- **Chef de réception** : en plus de gérer son équipe de réceptionnistes /night auditer et de son rôle de formateur Le chef de réception doit s'assurer du bon déroulement du séjour des clients, il prend en charge les demandes des clients et veille au moindre petit détail.
- **Concierge** : souvent appelé « l'homme aux clés d'or », le concierge n'a qu'une seule préoccupation : satisfaire toutes les demandes du client , même les plus insolites C'est la personne vers laquelle dirige lorsqu'il veut réserver pour un spectacle qui affiche complet .

2.3.2. Les métiers des étages

Sont comme suit :

- **Femme/valet de chambre** : honnêtes et discrètes, les femmes (valet pour les hommes) de chambre doivent nettoyer les chambres lorsque le client n'est pas là selon un planning prédéfini, faire les lits, changer les draps, passer l'aspirateur, nettoyer la salle de bain.

Chapitre 2 : Méthodes d'analyse des besoins langagiers d'un public FLP

- **Lingère** : elle s'occupe du linge de l'hôtel, elle est la responsable du nettoyage des draps, serviettes de bain, des nappes et serviettes de restaurant et parfois même des uniformes.
- **Gouvernant** : elle chapeaute de lingères et des femmes de chambre auxquelles elle prépare les plannings de nettoyage quotidien. Meticuleuse et exigeante sur la propreté, elle veille à ce que les chambres ainsi que les lieux publics soient parfaitement nettoyés, que mini bars soient remplis, que le linge soit impeccable et rangé.

2.3.3. Les métiers de la salle

Sont :

- **Commis de salle** : il prépare, dresse et redresse, débarrasse les tables du restaurant et effectue de continuelles allers et retours de la cuisine vers la salle afin d'amener les plats au chef de rang
- **Chef de rang** : comme son nom l'indique le chef de rang s'occupe d'un rang, donc d'un groupe de tables qu'il doit servir, il se charge de la présentation des plats aux clients.
- **Maitre d'Hôtel** : c'est un peu le maitre d'orchestre de la salle, il a sous sa responsabilité les commis de salle, les chefs de rangs et il est souvent associé aux recrutements des membres de son équipe. le maitre d'hotel accueille les clients, les installe et note leurs commandes.

2.3.4. Les métiers de la cuisine :

- **Plongeur** : en cuisine le plongeur nettoie la vaisselle et les couverts utilisés dans les services ainsi que les ustensiles et le matériel utilisé en cuisine
- **Commis de cuisine** : il épluche les fruits et les légumes, laves les salades, prépare les garnitures.
- **Chef de partie** : C'est un cuisinier spécialisé, il travaille en collaboration avec les commis de cuisine.
- **Chef de cuisine** : c'est le poste de la consécration, être chef cuisinier c'est être le seul maitre à bord, l'unique personne dans une cuisine ayant les prédispositions à prendre les décisions stratégiques quant à la préparation des menus.

Chapitre 2 : Méthodes d'analyse des besoins langagiers d'un public FLP

2.3.5. Les métiers de la direction

- **Directeur de l'hébergement** : amené à seconder le directeur de l'hôtel, le directeur de l'hébergement est le pivot de l'activité d'un hôtel, à la tête des équipes de réception et de l'étage, son unique souci est le service bien fait et la fidélisation du client. Il est aussi responsable de la rentabilité de l'hôtel et se préoccupe particulièrement des taux d'occupation des chambres afin d'ajuster les prix selon les demandes.
- **Directeur de la restauration** : appelé également dans certains hôtels F&B manager, il supervise toute l'équipe en salle et en cuisine, il doit gérer les restaurants, les bars et les rooms. Il est considéré, avec le directeur d'hébergement, comme l'un des piliers de l'hôtellerie et est désigné par le directeur de l'hôtel.
- **Directeur de l'Hôtel** : c'est lui le gère.

2.4. Méthodes d'analyse des besoins langagiers des employés de l'hôtel « Thais »

Nous nous sommes présentés à l'organisme d'accueil « Hôtel Thais » à Tighremt, et nous avons exprimé notre intention d'effectuer une enquête au sein de leur hôtel. Une réponse favorable a été donnée car ils trouvent le thème de notre recherche intéressant, actuel et très important.

L'analyse des besoins est la première étape que nous avons réalisée dans notre recherche, elle a duré une semaine, car il fallait étudier les activités professionnelles.

Nous avons visé à réaliser durant notre enquête de terrain à décrire les pratiques langagières en situation de travail. L'inventaire de différentes situations a été réalisé par l'observation des différents échanges langagiers, interroger les professionnels. Aussi nous avons réalisé des questionnaires et des entretiens, afin de bien analyser les besoins langagiers de ses professionnels.

2.4.1. Analyse des besoins : Définition et Méthodologie

L'analyse des besoins consiste l'origine des réflexions sur la formation. L'identification de ces besoins nécessite la consultation de tous les acteurs concernés par la formation à savoir :

Chapitre 2 : Méthodes d'analyse des besoins langagiers d'un public FLP

responsable, employés, formateurs... en vue de recensés les situations de communication et, partant, les besoin de formation linguistique.

L'analyse des besoins est indispensable à toute démarche de formation et nécessite donc toute une série d'enquêtes. Cette phase d'analyse a pour objectif d'orienter le projet pédagogique vers les situations de communication auxquelles sera confronté l'apprenant plus tard, dans son activité professionnelle.

Cette phase d'analyse exige de la part du concepteur d'obtenir le maximum d'information sur le métier, sur les postes à occuper, les actes de paroles qu'il faut être en mesure de réaliser, sur les situations de communication où l'apprenant intervient en français avec ses interlocuteurs.

C'est une étape qui exige aussi, comme le souligne F.Moulhon-Dallies (2008,2001), une analyse détaillée de tous les paramètres qui interviennent dans une situation d'enseignement apprentissage (durée ,moyens ,public, niveau en langue étrangère, passif de formation)et lui peuvent jouer la programmation des contenus d'une formation. Une analyse des besoins approfondie demande ainsi de s'interroger sur le possible et sur ce qui a les meilleures chances de réussir. Cette analyse achevée, le concepteur entreprend

Pour l'analyse des besoins, il faut acquérir une connaissance du lieu et des situations de travail, afin d'être capable de déterminer les objectifs de la formation linguistique.

Comme nous l'avons démontré ci-dessous, l'analyse des besoins est une étape indispensable dans la démarche FOS.

L'analyse que nous effectuerons dans cette partie nous permettra de recenser les besoins des employés, Mais tout d'abord nous allons précéder cette analyse par des observations et un questionnaire qui va nous renseigner davantage sur le public français langue professionnel et aussi sur leur niveau en langue française, ainsi leur avis sur la langue d'enseignement et leurs difficultés.

2.4.2. Les outils d'analyse ou méthode utilisées

2.4.2.1 Questionnaire

Un questionnaire destiné aux professionnelles. C'est la première méthode d'analyse des besoins que nous allons utiliser avec notre public, nous avons un ensemble de question

Chapitre 2 : Méthodes d'analyse des besoins langagiers d'un public FLP

écrites, posées à un échantillon, qui nous permettra de confirmer ou d'infirmes nos hypothèses de départ. Ce questionnaire est introduit par une question sur le sexe de chaque employé, suivi d'une série de questions qui vise les représentations de ce dernier concernant la langue française. Dans le but de connaître et de cerner les difficultés. A l'écrit et à l'orale.

2.4.2.2 Entretien

Cette deuxième étape d'analyse permet de recueillir les discours nécessaires pour expliciter certaine situation de communications et surtout d'avoir accès à certaine données non accessible concernant les situations ciblées.

Un entretien que nous allons effectuer avec quelques cadre responsables, afin de recueillir le maximum d'information sur les difficultés que rencontre les employés.

2.4.2.3 Autres outils d'analyse

- Observation
- Les enregistrements

Nous allons utiliser ses deux méthodes au sein de l'hotel afin de pouvoir repérer les difficultés ou les lacunes des professionnels soit à l'écrit ou l'oral .Dans leur domaine de travail ils sont confronter aux plusieurs taches.

2.5. Besoins langagier

Plusieurs définition ont été donné au concept de besoin, telles que : « (...)un écart entre une situation souhaitée, désirée, idéale, et une situation actuelle , observée. »(Nadeau 1988 :179).

En général, les personnes qui ont des besoins à satisfaire se trouvent dans une situation instable et d'insécurité, c'est la situation de besoin.

Cette situation est la différence ente deux autre situation, l'une est vécue et l'autre est de satisfaction. Dans les champs de didactique de FLE, le besoin est vu comme une compétence à développer. Il renvoie donc, à un niveau minimal développé en vue d'arriver à un niveau visé dis seuil. Ce niveau doit être développé selon ce qui nécessaire pour l'apprenant, afin qu'il puisse atteindre ses objectifs.

Chapitre 2 : Méthodes d'analyse des besoins langagiers d'un public FLP

Le concept de besoin est utilisé pour la première fois, en didactique des langues étrangères, avec la naissance du Français sur objectif spécifique. C'était au début des années 1970, que les méthodologie et le didacticiens du FLE ont trouvé un problème avec l'enseignement du français langue étrangère destiné à un public adulte étranger, spécialisé dans un domaine donné (autre que français) : mathématique, médecine, économique, et qui a besoin d'apprendre le français pour des raisons spécifiques, professionnelles ou académiques, dans leurs pays d'origine. Nous parlons alors, d'un enseignement fonctionnel du français – appelé plus tard français sur objectifs spécifiques, qui s'adapte aux besoins et aux objectifs de ce public.

C'est un enseignement qui vise essentiellement la connaissance pratique de la langue, il prend en compte les règles linguistiques (grammaticales) et les règles extralinguistiques (culturelles) qui permettront l'emploi de cette langue. Abid Hind (2015) les besoins langagiers des étudiants de spécialité scientifique cas de 3^{ème} année LMD informatique (Mémoire de Master) p 22

2.6. Analyse des besoins langagiers

L'analyse des besoins langagier est née, dans les travaux de Conseil de l'Europe en 1976, dans le Niveau Seuil par COSTE et ses collègues, dans l'analyse des besoins langagier d'adultes en milieu professionnel par PELPENE et en 1978, dans l'identification des besoins des adultes apprenant une langue étrangère par RICHTER & CHANCEREL. L'analyse de besoin est la première étape du processus de la mise en œuvre d'un programme de formation d'une langue étrangère. Cette phase est destinée, essentiellement, aux apprenants. Le concepteur réunit toutes les informations qui lui permettent d'interpréter ce qui est nécessaire pour concevoir un cours de FOS, Cette conception doit répondre aux besoins et aux attentes du public concerné. En effet, cette analyse permettra de savoir quelle utilisation sera faite avec la langue apprise, dans quelles situations de communication, quel contenu à enseigner, dans quel contexte (lieu et temps), avec quelle méthode, quelles compétences visées.

Selon J.P. Cuq, l'analyse des besoins prend en considération : « *les demandes, les contraintes et les ressources, les objectifs, les contenus, les stratégies, les activités pédagogiques, l'évaluation et les interactions.* » (2003 : 18) Cette prise en considération permet de :

Chapitre 2 : Méthodes d'analyse des besoins langagiers d'un public FLP

« (...) *fixer des objectifs réalistes et cohérents avec les contenus d'apprentissage, les stratégies et activités pédagogique et les critères d'évaluation* » (Cuq 2003 :19) L'analyse des besoins langagiers et le point de départ obligé et indispensable pour la planification de tous les programmes d'enseignement spécifique.

Ces programmes se caractérisent par l'urgence et la précision de ses objectifs, d'où vient l'importance d'avoir une démarche capable de déterminer et de préciser les contenus et les méthodes d'enseignement selon les besoins d'un public hétérogène.

« *En effet, dans l'immense ensemble de données que constitue une langue, l'urgence de la formation nécessite une sélection sévère* » (Mangiante & Parpette 2004 :21)L' autre caractère migrants trouvent des difficultés pendant leur adaptation linguistique dans leurs nouveaux milieux professionnels et culturels . De même les professionnels et les spécialistes, qui cherche à exercer leurs métiers et accomplir leurs activités professionnelles. Aussi, les étudiants qui poursuivent leurs études dans les universités françaises ou francophones. Ces publics adultes sont conscients de leurs besoins langagiers. Ils apprennent le français pour des raisons et des objectifs bien définis.

2.7. Analyse du questionnaire

Pour répondre à notre hypothèse, nous avons réaliser une enquête de terrain à l'hôtel « THAIS »,pour rendre plus compréhensible les réponses obtenues dans notre questionnaires, on les a accompagné par des entretiens avec les responsables.

Notre questionnaire a été distribué à 30 employés ,ayant accepté de répondre au questionnaire .Nous sommes contentés du nombre réel des 18 questionnaire rendus .

❖ Les variables

Nous sommes limitées sur les variables sociolinguistiques sexe, âge, profession, nous estiment plus pertinents pour notre recherche.

✓ Le sexe

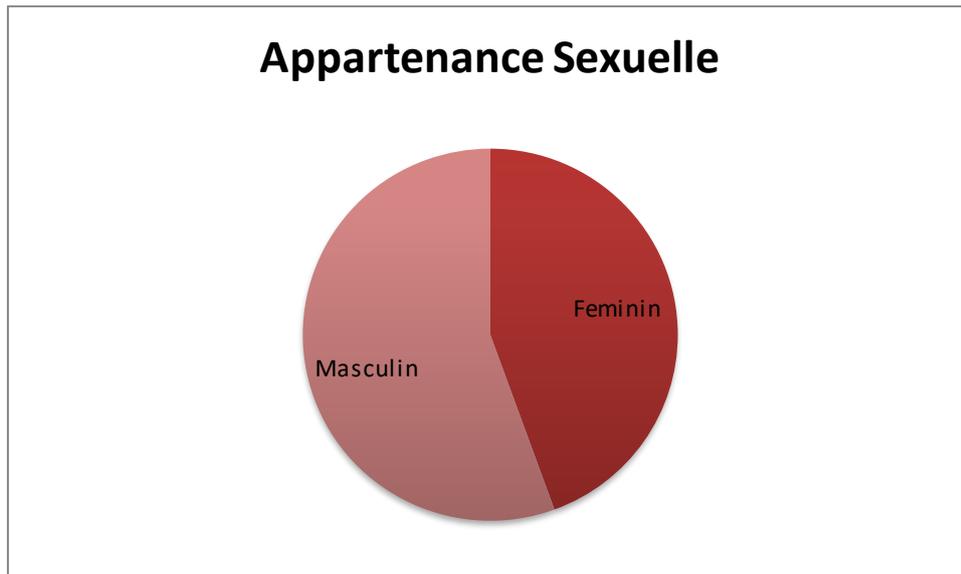
L'importance du variable « sexe » est un facteur essentiel dans l'étude des représentations socio langagières d'une communauté donnée.

Chapitre 2 : Méthodes d'analyse des besoins langagiers d'un public FLP

Nous avons relevées 08 questionnaires appartenant au sexe féminin, soit 44,44% de la totalité et 10% appartenant au sexe masculin, soit de 55,55% la totalité.

Nous remarquons la dominance du sexe masculin, qui est légèrement supérieure à celui du sexe féminin.

Représentation graphique

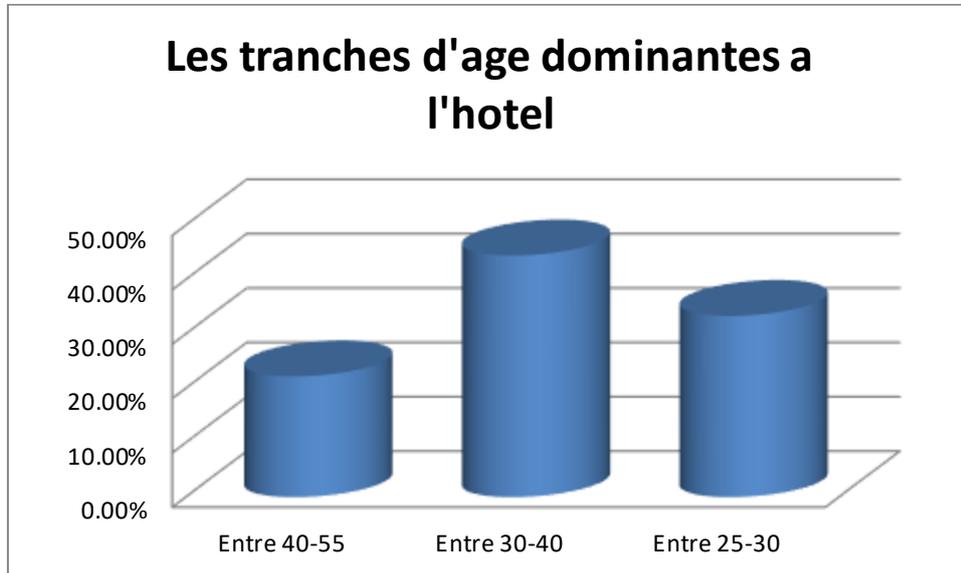


✓ L'âge

A partir de cette étape nous avons découvert la tranche d'âge qui caractérise la plus part des employés qui travaille au service d'accueille à l'hôtel de Tighremt , nous avons constaté 44,44% des travailleurs ont un âge entre de 30-40 ans et 33,33% caractérise l'âge de 25 ans à 30 ans. Ainsi 22,22% des employés représente la tranche d'âge entre 40 ans et 55ans .

Nous remarquons que la tranche d'âge de 30-40 ans est la plus dominante au service d'accueille.

Représentation graphique



✓ La profession

Parmi le nombre que nous avons interrogé au service d'accueil entre réceptionniste et standard , nous avons trouvé 12 agents d'accueil entre les réceptionnistes et standardiste et chef de réception représentent 66,66% et 06 agents entre les employés de réservation et les concierges qui correspondent au 33,33%.

Nous retenons la dominance des réceptionnistes et des standardiste sont les plus disponibles au service d'accueil par apport aux autres

➤ **Présentation des objectifs visés de questionnaire**

Pour plus d'informations sur les représentations linguistiques à l'égard de la langue française en tant qu'une langue de profession au service d'accueil à l'hôtel ,nous avons élaboré 30 questionnaires et chaque questionnaire comportent 14 questions .

➤ **Les deux premières questions d'ordre personnel**

Chapitre 2 : Méthodes d'analyse des besoins langagiers d'un public FLP

1- Quels diplômes avez-vous ?

2- Quelle est votre spécialité ?

Nous avons posé ces deux questions d'ordre personnel afin de savoir leurs profils professionnels (réceptionniste, standariste, chef de réception, concierge)

➤ **Le statut de la langue française chez les employés**

En posant ces 03 questions, nous avons pu savoir le statut et le rôle du français chez les travailleurs au sein de l'hôtel .

3- utilisez -vous le français dans votre vie quotidienne ? Quand ?

Nous avons interrogées les employés sur l'utilisation de la langue française et nous avons demandé ce choisir entre « oui, non, des fois » le résultat obtenus et à 100% « oui » On les a questionnés aussi sur le moment de leur utilisation de la langue.

Nous résumons que les employés au service d'accueil à l'hôtel utilise la langue française dans leur domine de travail.

La majorité des réponses sur la question « Quand » sont assez brèves avec des phrases non complètes.

Voici l'échantillon des réponses que nous avons obtenu:

| Réponses obtenues à la question « Quand » |
|--|
| -Quotidiennement. Souvent. Régulièrement Quotidiennement. |
| -Un peu partout . Entre personnel. Quand la personne à qui je m'adresse comprend le français |
| -Au travail. en dehors du travail |
| -dans la pratique quotidienne de mon travail |
| -A l'hôtel avec les clients |

Chapitre 2 : Méthodes d'analyse des besoins langagiers d'un public FLP

4-Aimez- vous la langue française ? Pourquoi ?

Dans la troisième question celle concernant la langue , nous avons constaté à 100% « oui », pour la question « pourquoi, ? » nous avons noté 50% des employés considèrent la langue française comme une « langue professionnelle » et ceux qui la considèrent comme « langue de communication » avec un pourcentage de 22 % ainsi 11 % comme « langue internationale », sans oublier ceux qui n'ont pas répondu à cette question avec 16,67%

Nous constatons que les professionnels estiment la langue française parce que c'est une langue de travail.

5-Que représentent pour vous la langue française ?

Nous avons trouvé 38,89% des réponses avec « moyen de communication, langue de connaissances » et 44,44% représente « une deuxième langue après la langue maternelle » ainsi 16,67% qui sont restés vides .

D'après ces résultats, nous constatons que la langue française est « un moyen de communication et une langue de connaissance »

➤ **Le français dans la situation de travail**

A travers cette partie , nous allons savoir le rôle du français dans la situation de travail à l'hôtel

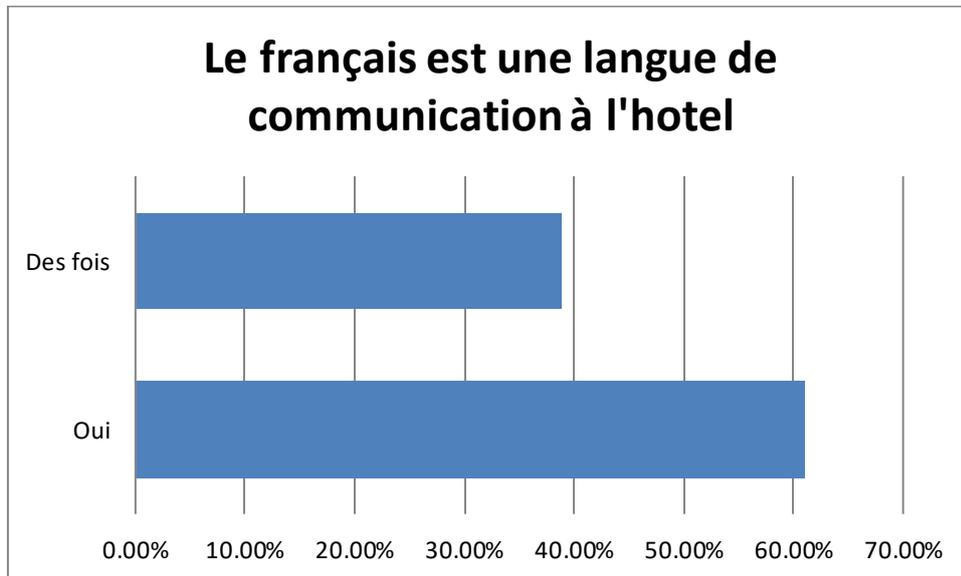
6-Le français est-il une langue de travail et de communication dans l'hôtel ?

Le résultat est assez élevé 61,11% pour ce qu'ont répondu par « oui » et 38,89%, ont répondu par « des fois »

Nous déduisons que le français est une langue de communication dans l'hôtel

Chapitre 2 : Méthodes d'analyse des besoins langagiers d'un public FLP

Représentation graphique



7-Pensez-vous que le français est un outil indispensable dans votre domaine ?

Pourquoi ?

Les réponses obtenues à cette question sont :

| Les réponses | Nombre d'employés | pourcentage |
|--------------|-------------------|-------------|
| Oui | 17 | 90,44% |
| Non | 02 | 9,56% |

La réponse «oui » est avec un pourcentage 90,44% contrairement à la réponse « non » avec un pourcentage très faible 9,56%.

Nous remarquons que le français est un outil important dans le domaine professionnel

Chapitre 2 : Méthodes d'analyse des besoins langagiers d'un public FLP

L'explication de ces réponses se résume dans ce tableau :

| L'explication | Nombre d'employés | pourcentage |
|--|-------------------|-------------|
| Langue de travail | 08 | 44,44% |
| Les études ont été faites en français | 07 | 38,89% |
| Les clients ne comprennent pas le français | 03 | 16,67% |

L'explication que nous avons obtenus est 44,44% comme « langue de travail » 38,89% Par Les études ont été faites en français et à propos de ceux qu'ont répondu par Les clients ne comprennent pas le français, le pourcentage est faible 16,67%

D'après ce tableau, nous prouvons que la langue française est une langue de travail

8-Quelles sont les principales taches langagières que vous effectuez ?

Cette question concerne la nature des taches que les employés effectuent

| Les réponses | Nombre d'employés | pourcentage |
|--|-------------------|-------------|
| Réserver, communiqué les tarifs , accueillir les clients | 08 | 72,22% |
| Prise en charge des clients | 03 | 16,67% |
| Sans réponses | 02 | 11,11% |

D'après notre analyse, nous avons trouvé que les tâches des employés et de réserver, communiqué les tarifs, accueillir les clients avec 72,22% aussi 16,67% sur la prise en charge des clients et 11,11% qu'ont été rendu sans réponse.

Nous raisonnons que les taches des employés est de réserver, communiqué des tarif, tout leur contacte son avec les clients.

Chapitre 2 : Méthodes d'analyse des besoins langagiers d'un public FLP

➤ **Communication avec les collègues**

L'objectif de cette question est de découvrir la nature de la communication entre collègues dans le lieu de travail

9-Quelles sont vos contacts avec vos collègues, la nature de la langue utilisée ?

D'après notre analyse, nous avons obtenu 44, 44% de réponse qui représente « le kabyle et le français » comme langue de communication entre collègues, ainsi 38, 89% de réponses ont été rendu vierges, et 17, 78 % correspond aux langues suivantes « kabyle, Arabe ,français » .

➤ **Communication avec les clients ou les touristes**

Les questions de cette étape sont réservées à ce qui concerne la communication entre client et employé

10- Avec quelles langues vous communiquez avec les clients ?

Les résultats obtenus dans la dixième question, les agent d'accueille utilise à 100% le « kabyle, Français , Arabe » pour communiqué avec les clients

Nous remarquons que les employés les agents d'accueille utilise les trois langues « kabyle, Français, Arabe »

11- Pouvez-vous nous parler de votre travail ?

Dans cette question les employés vont exprimer sur leur profession, les réponses que nous avons récoltées sont :

La plupart des interrogés ont répondu que le travail dans l'hôtel consiste satisfaire les besoins des clients avec 44, 44%, ainsi 33 33 de réponses sont vierges et 22 , 22% pensent que le travail a l'hôtel permet toujours de connaitre plus .

12-Quels sont les écrits que vous utilisez dans votre travail ?

Chapitre 2 : Méthodes d'analyse des besoins langagiers d'un public FLP

A propos de cette question nous avons noté que les employés dans l'hôtel utilisent plusieurs documents 66 66 ont répondu qu'ils rédigent des emails de confirmation ou de modification ou d'annulation d'une réservation, ainsi rédiger des fiche de facturation de séjours, 33 33 ont répondu qu'ils utilisent des formulaires de réservations.

D'après les réponses donnés les employés utilisent plusieurs écrits, telle que des fiche de facturations, des emails etc.

13-Où trouvez-vous des difficultés, en utilisant la langue française à l'écrit ou à l'oral ?

| Les réponses | Nombre d'employés | pourcentage |
|--------------|-------------------|-------------|
| orale | 08 | 50% |
| Ecrit | 08 | 50% |

L'avant dernière question éclaire, où situe les difficultés des employés en utilisant la langue française, les réponses dominantes sont 50% à l'écrit et 50% à l'orale.

Nous déduisons que les employés ont des difficultés à l'écrit et à l'orale.

14- Que pesez-vous du tourisme en Algérie ?

| Les réponses | Nombre d'employés | pourcentage |
|-----------------------|-------------------|-------------|
| Se forme d'expression | 10 | 55,56% |
| Se forme d'adjectifs | 6 | 33, 33% |
| Sans réponses | 2 | 16, 67% |

La dernière question que nous avons posée aux employés se base sur leurs avis à propos de tourisme en Algérie , les 55,56% des réponses ont été donné sous forme d'adjectifs et 33, 33% sous forme d'expression . Ainsi les 16, 67% restant sont rendu avec espace blanc .

D'après les résultats obtenus, nous concluons que les employés utilisent beaucoup plus les adjectifs.

Chapitre 2 : Méthodes d'analyse des besoins langagiers d'un public FLP

Synthèse

Suite aux résultats obtenus lors de notre analyse des besoins, nous avons constaté que le questionnaire est méthode très efficace, afin de dégager les besoins langagiers des employés,

Le questionnaire nous à permet de saisir réellement les besoins des employés car il est impossible à un concepteur qui n'a pas interrogé un public FLP de déterminé leurs besoin ou d'élaborer de façon satisfaisante un cours qui répondrait aux besoins langagiers des employés.

Après avoir interrogés les agents d'accueille, nous avons remarquée, que les employés n'ont pas l'habitude aux questions ouvertes parce que les réponses obtenus sont assez brèves.

On outre, nous pouvons affirmer que les difficultés de langue résident dans l'écrit et l'orale .

Nous avons enfin déterminé les besoins langagiers et les difficultés des employés envers la langue française.

Dans ce qui suit, nous allons analyser les entretiens que nous avons réalisé avec les responsable de l'hôtel, dans le but de situer le niveau e la langue et les besoins et les difficultés des employés.

Entretien

Une autre méthode d'analyse des besoins langagiers permet de recueillir les discours nécessaires « L'entretien est une méthode d'enuete interactive, il permet de recueillir des données relatives aux représentations, aux attitudes et aux pratiques des différents acteurs »Cus (2003 ;85)

De l'avis de Mangiante et Parpette (2004 ;58) le terrain n'offre pas les données d'où le besoin se recourir aux entretiens « *Deux types de donnés fournies par le terrain peuvent ainsi être distinguées :d'une part les discours existants ,qui circulent naturellement , d'autre part les discours sollicités par le concepteur pour les besoins de la formation dont le role d'explication des situation traitées est essentiel* »

Chapitre 2 : Méthodes d'analyse des besoins langagiers d'un public FLP

Notre objectif était de chercher à obtenir le plus grand nombre d'information, ajoutant que la réalisation de ces entretiens nous a permis d'avoir une connaissance précise de niveau langagier des employés à l'hôtel.

Présentation des objectifs de nos entretiens

Notre deuxième méthode d'analyse des besoins a pour but de déterminer les difficultés et les besoins langagiers des employés, et se sont des questions destinés aux responsables de l'hôtel.

2.8 Analyse des propos des responsables interviewés

Dans cette partie de ce chapitre, nous allons noter les réponses des responsables qui sont le directeur de l'hébergement et le directeur de la restauration, nous n'avons pu nous entretenir qu'avec ces deux responsables, dans le but de déterminer et de découvrir le niveau de la langue française chez les employés, ainsi de relever les difficultés que rencontrent ces derniers et détecter leurs besoins langagiers, et les points essentiels qu'ils souhaitent perfectionner pour remédier aux difficultés rencontrés par les employés.

Ces questions directives portaient sur les questions que nous allons traiter ci-dessous :

- **le niveau des employés en langue française**

Le niveau de la langue française des employés est jugé par les responsables interviewés qu'il est « très bas » c'est d'ailleurs ce que le directeur d'hébergement nous a affirmé « pour répondre franchement, le niveau des employés en langue française est en régression pertinente, ils maîtrisent pas beaucoup la langue » qui veut dire un niveau plus au moins bas.

- **La langue française et son statut dans le milieu professionnel**

Nous avons constaté que le français est la langue majoritaire dans le travail, il est utilisé comme principale langue de travail.

La communication interne est rédigée en français, les réunions se tiennent en français, les emails en français, les dépliants en français.

La communication interne est plus au moins bilingue. Le français est donc la langue dominante dans le milieu professionnel qui est l'hôtel.

Chapitre 2 : Méthodes d'analyse des besoins langagiers d'un public FLP

- **Les difficultés rencontrées par les employés au service d'accueil et les besoins les plus urgents à remédier**

D'après les deux responsables que nous avons interviewés, les employés éprouvent des difficultés en français, notamment à l'écrit, A l'orale , la première difficulté est la prise de parole en public : de nombreuses employés ne s'expriment que lorsqu'elles savent dire ce qu'elles ont à dire .

Pour L'écrit, les difficultés concernant aussi bien dans la rédaction des messages électroniques.

Le responsable affirme « ils rencontrent d'énormes difficultés que se soit à l'oral ou bien l'écrit, mais ce que j'ai remarqué qu'ils sont très faible à l'écrit qu'a l'oral »

Suite aux réponses des interviewés concernant les difficultés rencontrées par les employés, nous nous sommes interrogé sur les besoins de ses derniers en langue française, ensuite nous avons demandé quels sont les besoins les plus urgents à remédier parmi les trois point que nous leurs avons proposés à savoir : savoir rédiger des messages, savoir prendre la parole, préparer des compte rendus.

Selon les deux responsables interviewés ; savoir prendre la parole et préparer des compte rendus sont les besoins les plus urgent à remédier, et selon un responsable les trois point sont complètement indispensables à remédier.

- **L'impacte des problèmes de la langue sur le rendement à l'hôtel**

Les responsable affirment que la maîtrise de la langue française est très importante dans le service d'accueil parce que la majorité des clients sont des touristes étrangères, le français représente l'un des composantes clés de la réussite, il est indispensable dans leur profession, les employés doivent être qualifiés pour assurer un service efficace.

- **Quelque solution proposée par les responsables pour remédier aux difficultés des employés**

A la fin nous avons demandé aux responsables de proposer quelque solution pour remédier aux difficultés rencontrées par les employés , ils nous affirment que la seule issue pour faire face à ces lacunes n'est d'autre que de donner de l'importance à cette langue, de faire des petites

Chapitre 2 : Méthodes d'analyse des besoins langagiers d'un public FLP

formations FOS, de voire des émissions et surtout de faire des lectures ce qui va les aidera à améliorer leur niveau en langue.

Bilan

Suite aux entretiens que nous avons réalisés durant notre enquête, nous avons constaté que l'entretien est une méthode efficace d'analyse des besoins langagiers des employés le niveau des employés en langue française est plus que bas (faible)

Suite aux propos des interrogés, nous constatons que le niveau des employés en langue française est plus que bas (faible), et les employés en service d'accueille à l'hôtel ont d'énorme difficultés concernant la rédaction (écrit)

D'après les résultats que nous avons obtenus lors de notre analyse, nous avons confirmée que les employés qui travaillent au service d'accueille à l'hotel Thaies à Tighremt ont besoin d'améliorer leur compétence langagières dans les différentes situations de communication « écrite et orale » propre à leur domaine professionnel.

Nous avons retenus que les employés au service d'accueille ont besoin d'une formation a faire face aux lacunes et du coup améliorer leurs compétence langagières que se soit à l'orale ou bien à l'écrit, d'où la nécessité de faire certaines proposition.

Chapitre 2 : Méthodes d'analyse des besoins langagiers d'un public FLP

Conclusion

Dans ce chapitre, nous avons exposée les deux méthodes d'analyses des besoins qui sont « le questionnaire et l'entretien » et cela par le biais de la réalisation d'un questionnaire destiné aux employés, et l'élaboration des entretiens avec les responsables. Nous avons fait une analyse des besoins langagiers d'un public français langue professionnel, dans notre cas c'est les employés au service d'accueil à l'hôtel Thais à Tighremt .

Nous avons collecté le maximum de données, dans le but de recueillir les besoins de nos enquêtés, et surtout les difficultés rencontrés durant leur profession.

La synthèse de cette analyse nous guidera à faire une proposition didactique dans le chapitre suivant.

Chapitre 2 : Méthodes d'analyse des besoins langagiers d'un public FLP



CHAPITRE 3

Chapitre 3 : propositions didactiques

Introduction

A travers ce chapitre, nous allons proposer des contenus didactiques correspondant aux besoins langagiers des employé au service d'accueil à l'hôtel, en vue de développer la compétence de la compréhension et de l'expression orale et écrite .Les activités constituent trois séquences et chacune comporte des modules qui visent les savoirs et les savoir-faire qui correspondent à leurs compétences.

Chapitre 3 : propositions didactiques

L'élaboration didactique est la dernière étape de la démarche FOS, J-M-Mangiante et C.Parpette affirment que : « à partir des données collectées et analysées, l'enseignant envisage les situations de communication à traiter, les aspects culturels à étudier, les savoir-faire langagiers à développer en priorité, et construit les activités d'enseignement » (2004 ;08)

3.1. Proposition didactique

Afin de conclure notre travail de recherche, nous allons élaborer quelques activités au service d'accueil à l'hôtel.

Il est important de rappeler que les employés sont confrontés à des difficultés d'expression orale et écrite, donc il est nécessaire de se concentrer sur ces deux points. Ces activités que nous allons proposer sont élaborées à partir d'analyses des besoins et de la collecte des données que nous avons faites durant notre enquête, en effet nous allons élaborer des séquences didactiques qui traitent l'expression orale, ainsi que la production écrite.

3.2. Séquence didactique

Selon Dolz, J ;Novrraz M ; Schneuwely, B (dir),(2001) la séquence didactique peut se définir comme un ensemble organisé d'activités d'enseignement et d'apprentissage, centré sur une tâche précise de production orale ou écrite amenant les élèves à s'approprier un objet déterminé.

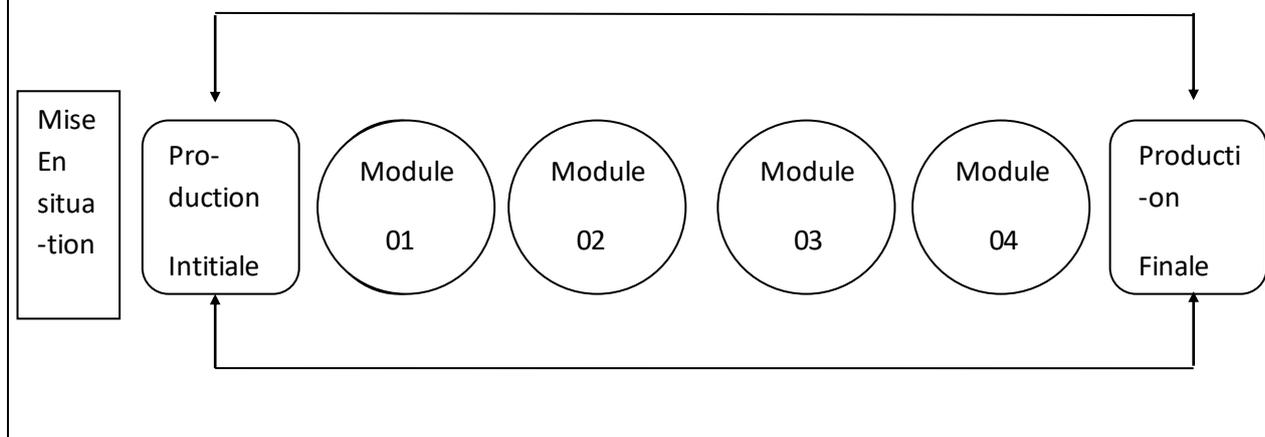
Lafontaine .L (2010 ;04) trouve que «*la séquence est construite autour d'un projet de communication significatif avec des élèves et amène ceux-ci à être dit le départ en situation de production orale et écrite et donc, à se mettre en action dans les contextes signifiants* ».

3.3. Les étapes de la séquence didactique

La réalisation d'une séquence didactique passe par plusieurs étapes. Celles-ci sont représentées et schématisées par J-Dolz et B- Scheneuwly (2009 :94) par la figure suivante :

Chapitre 3 : propositions didactiques

Schématisation de la séquence didactique de B.Scheneuwlt et J.Dolz



Les deux auteurs et enseignants de l'université de Genève expliquent dans les lignes qui suivent les étapes de la séquence didactique :

3.3.1 la mise en situation

Elle joue un rôle très important puisque elle motive la séquence didactique et lui donne du sens, elle donne aussi une orientation à la production initiale.

Autrement dit, elle vise à présenter aux élèves une activité qui sera réalisée réellement dans la production finale, la production finale et, en même temps, elle les prépare à la production initiale.

La mise en situation est donc le moment où l'apprenant construit une représentation de l'activité à accomplir.

3.3.2. La production initiale

On peut la considérer comme une première tentative de réalisation de la tâche que les élèves auront à réaliser à la fin de la séquence. Celle-ci sera ensuite travaillée dans les ateliers. Les élèves se rendent compte de leurs lacunes et des outils qu'ils doivent maîtriser pour mieux réussir leur production écrite.

La production initiale joue un rôle central de régulateur de la séquence didactique puisqu'elle permet à l'élève de découvrir ce qu'il sait déjà faire et de prendre conscience de ses problèmes, ce qui lui facilitera le travail, ainsi, la séquence commence par la définition de ce

Chapitre 3 : propositions didactiques

que l'élève doit travailler en vue de développer ses capacités langagières pour réaliser la tâche demandée.

Pour l'enseignant, ces premières productions lui permettront d'affiner la séquence, de la moduler et de l'adapter plus précisément aux capacités réelles des élèves.

3.3.3 Les modules

Durant ces modules (ateliers), les tentatives de production du genre sont travaillées une à une , de manière approfondie .L'activité sera décomposée en parties pour qu'on puisse aborder séparément certaines de ses composants. En d'autres termes , c'est l'occasion de traiter une à une et corriger les lacunes des apprenants constatées dans la production initiale.

La séquence dans son ensemble permettent ainsi aux élèves d'observer d'analyser et de pratiquer l'activité à partir de points de vue complémentaires et ce principe de solidarité externe entre atelier signifie notamment que la structure d'une séquence tout en étant modulaire comporte des aspects incontestables pour atteindre une vision pertinente de l'activité travaillée et les capacités des élèves sont pris en considération et à l'intérieur de chaque atelier certaines activités sont obligatoires d'autres facultatifs il est également possible de construire des activités supplémentaires pour travailler de manière approfondie un problème et de construire des ateliers non prévus pour aborder des difficultés inattendues il ya donc de multiples possibilités d'adaptation de la séquence aux besoins d'un groupe d'élèves.

3.3.4 La production finale

La production finale est la dernière étape de la séquence didactique, l'élève après avoir surmonté tous les obstacles qu'il a rencontrés grâce au travail qu'il a réalisé dans les ateliers, l'élève est prêt pour une réalisation définitive de l'activité. La production finale constitue le résultat véritable de la séquence didactique.

Chapitre 3 : propositions didactiques

3.4. Aperçu global des séquences proposées

Séquence I : les écrits professionnels au domaine d'hôtellerie

Objectif : Présenter les différents genres textuels de domaine hôtellerie

Module 01 : Compréhension écrite

Objectif : Comprendre un texte sur le domaine d'hôtellerie

Module 02 : Expression écrite

Objectif : Apprendre à rédiger

Séquence II : la sensibilisation au domaine d'hôtellerie

Objectif : Sensibiliser les employés au discours spécifique au domaine d'hôtellerie

Module 01 : Compréhension orale

Objectif : écouter un enregistrement

Module 02 : expression orale

Objectif : Apprendre à prendre la parole en public

3.5. Séquence I : les écrits spécifiques au domaine d'hôtellerie

Imprimé 1 : Dépliant

Chapitre 3 : propositions didactiques

Activité 01 : compréhension écrite

Support : imprimé : dépliant, Cf, annexe 2, Support 1

Consigne : observer l'imprimé, puis répondez aux questions

1- Comment s'intitule l'imprimé ?

.....

2- Quels sont les informations indiquées dans le document ?

.....

3- Quel est l'intérêt de ce document ?

.....

Réponses attendue

1- Dépliant

2- Les informations indiquées dans le document sont : le nom de l'entreprise, le lieu de l'entreprise, et ses activités

3- Le dépliant est un document ou support publicitaire permet de se faire connaître rapidement l'entreprise

Imprimé 02 : lettre d'emploi

Activité 02 : Expression écrite

Support : imprimé : demande d'emploi

Consigne : Vous avez un diplôme en hôtellerie, et vous avez besoins d'un travail. Rédigez une lettre d'emploi à un hôtel.

Réponses attendus :

Chapitre 3 : propositions didactiques

- Production écrite
 - 1- Le type de l'imprimé « demande d'emploi »
 - 2- L'indice qui le montre « A Monsieur le directeur »
 - 3- Le thème : faire une demande d'emploi
 - 4- L'énonciateur : l'employé , destinataire : le responsable de l'hotel
- Grammaire :
 - 1- Les formes de politesse
 - 2- L'emploi de pronom personnel « vous »
 - 3- Le temps dominant c'est le présent de l'indicatif.

3-6- Séquence II : La sensibilisation au domaine d'hôtellerie

Activité 01 : compréhension orale

Support : enregistrement

Consigne : écoutez l'enregistrement puis répondez.

Les questions

1- Qui parle ?

.....

2- Sur quoi parle-t- ils ?

.....

3- D'après vous ils ont quel âge ?

.....

4- Quel est la nature de phrases utilisées ?

.....

Chapitre 3 : propositions didactiques

Réponses attendus

- 1- C'est le réceptionniste et le client qui parle dans ce texte.
- 2- Ils parlent sur la réservation d'une chambre
- 3- Ils ont entre 30 et 40
- 4- Les phrases utilisées sont à la forme interrogative et affirmative

Activité 01 : production orale

Support : imprimé : jeu de rôle

Consigne : En binôme, vous allez imaginer et jouer la situation suivante : vous êtes réceptionniste à l'hôtel, un monsieur vous appelle pour réserver une chambre.

Réponses attendus

- Production orale
- 1- Savoir les techniques d'intervention dans un dialogue
 - 2- Travailler le regard, le débit
 - 3- Savoir prendre la parole en public

Proposition de production

- Le réceptionniste : hôtel les flots bleus, bonjour
- Le client : bonjour, je souhaite réserver une chambre pour deux personnes s'il vous plaît.
- Le réceptionniste : oui bien sûr, ce sera pour quelle période.
- Le client : du samedi au lundi
- Le réceptionniste : d'accord c'est noté, vous souhaitez une chambre donnant sur le jardin intérieur ou sur la mer ?
- Le client : sur la mer
- Le réceptionniste : c'est quoi le nom ?
- Le client :
- Le réceptionniste : très bien monsieur, merci beaucoup, au revoir
- Le client : au revoir et à bientôt.

Conclusion

Dans ce dernier chapitre, nous avons proposé des séquences pédagogiques qui englobent les besoins que ressentent les employés en milieu professionnel. Nous sommes basées basé sur la compréhension écrite et orale où nous avons élaboré quelque échantillons de quelques documents spécifiques, au domaine d'hôtellerie, ainsi nous avons proposé des activités qui concernent l'expression orale et écrite.

A decorative graphic of a scroll with a marbled pattern. The scroll is horizontal and has rounded ends. The text is centered on the scroll.

CONCLUSION GENERALE

Conclusion générale

Notre modeste étude de recherche s'effectue sur le thème « Modèle d'analyse des besoins langagiers d'un public français langue professionnelle »

Notre objectif majeur de l'étude que nous avons menée est l'identification d'une méthode d'analyse des besoins langagiers d'un public français langue professionnelles. Autrement dit : tout au long de notre étude de recherche nous avons fixé un objectif principal c'est celui de délimiter les difficultés langagières rencontrées chez le public français langue professionnelles, de l'hôtel Thais.

Au cours de notre recherche, dans le premier chapitre nous avons présenté quelques concepts clés relatif au français en milieu professionnel : définition du FOS, émergence du FOS, démarche FOS en milieu professionnel, distinction FOS et FLP.

Notre deuxième chapitre, se centre sur l'aspect de notre étude de recherche, qui consiste à exposer une méthode d'analyse des besoins langagiers d'un public français langue professionnelle, ensuite collecter le maximum possible de données concernant leur besoins, et ensuite nous passerons à l'analyse de ces données collectées.

Notre enquête s'est effectuée au sein du service d'accueil à l'hôtel « Thais » qui se situe à Tighremt la commune de Toudja, la wilaya de Bejaia.

En se basant sur la démarche FOS, nous avons dans un premier lieu présenté notre lieu d'enquête, ensuite nous avons entamé les deux méthodes d'analyse des besoins.

Les deux méthodes ou outils sur lesquelles nous nous somme appuyées pour analyser des besoins langagiers du notre public sont le « questionnaire et l'entretien ».

Un questionnaire destiné aux employés, et un entretien réalisé avec les responsables de l'hôtel Thais. A travers cette étude, nous avons constaté qu'on pourra utiliser plusieurs méthodologies afin d'analyser les besoins langagiers d'un public français langue professionnelle à savoir :

- Le questionnaire
- L'entretien

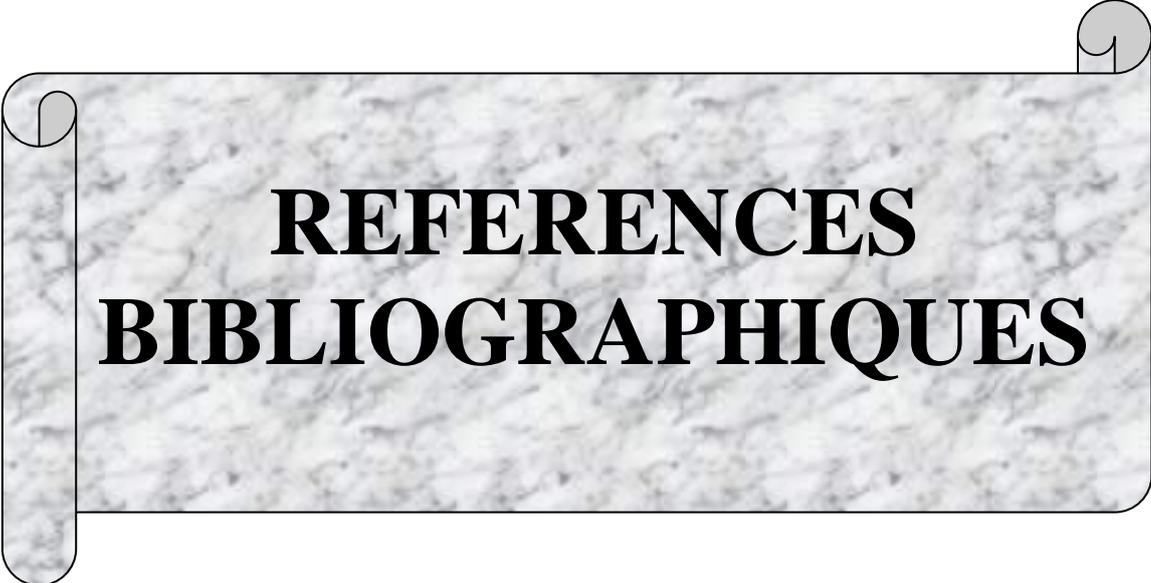
Conclusion générale

Après avoir terminé la collecte des données, nous sommes passées à la deuxième partie de ce chapitre, en l'occurrence l'analyse du questionnaire, et l'analyse des propos des interviewés.

Nous avons constaté à travers les bilans de notre analyse, que les employés au service d'accueil à l'hôtel rencontrent d'énormes difficultés en langue française, que se soit à l'oral ou bien à l'écrit (production écrite, production orale).

Dans le troisième chapitre nous avons proposé des contenus didactiques afin d'améliorer leur niveau (à l'oral et à l'écrit) en français dans le milieu professionnel qu'est l'hôtel, et les aider à perfectionner et évoluer leur niveau en langue française.

Enfin, nous espérons que notre travail de recherche suscitera l'intention du lecteur, et ouvre des directions pour d'autres travaux de recherche.



**REFERENCES
BIBLIOGRAPHIQUES**

Références bibliographiques

Référence bibliographiques

- A. QUEFFELEC.(2002) , Le français en Algérie , lexique et dynamique des langues , Paris : De boeck & Larciens . Edition Duclot , 1^{ère} édition 37.
- B. (dir) SCHNEUWLY .M.NOVERRAZ.D.JOACHIM(2001), S'exprimer en français : Séquences didactiques pour l'oral et l'écrit (vol.11), Bruxelles : De Boeck &COROME
- D.LEHMANN.(1993) , « Objectifs spécifique en langue étrangers »collection f, Hachette, Paris
- F.M.DALLIERS, (2005), « Analyse du discours et français sur objectifs spécifique : des apports réciproques » Points communs n^o26, chambre de commerce et d'Industrie de Paris.
- F.M.DALLIERS, (2006) « apprentissage du français en contexte professionnel : état de la recherche « Apprendre le français dans un contexte professionnel, Acte de rencontre de la Délégation Général de la langue Française (DGLF), Paris
- F.M.DALLIERS(2008), Enseigner une langue a des fins professionnelles, Paris : DIDIER, col, langue& didactique.
- GRANDGUILLAUME(1998) « Arabisation et légitimité politique en Algérie .Shaker (éd) langue et pouvoir .De l'Afrique.
- H. BOYER.M, BUTZBACH et PENDANX.M, (1990), Nouvelle introduction à la didactique du français langue étrangère, CLE International, Paris .
- J.P, CUQ (2003), Dictionnaire de didactique du français langue étrangère et seconde, CLE International, Paris.
- L.PORCHER (1976), Monsieur thibault et le bec bunes , in étude de linguistique appliqué , n^o23, Paris
- L.Z.DERRADJI. (2014) , Mise en place d'une méthodologie d'analyse des situations de travail français dans l'entreprise algérienne : cas de l' Entreprise Portuaire de Bejaia , thèse de doctorat, soutenu sous la direction de A. KARA et C.PARPETTE , université de Bejaia , Algérie
- L.LAFONTIANE (2010) « Constat d'enseignement du Nouveau – Brunswick francophone au sujet de la séquence didactique comme outil d'enseignement et apprentissage du français minoritaire, volume 5, numéro 2.

Références bibliographiques

- MANGIANTE et RICHER (2014) « Le FOS aujourd'hui : quel périmètre et quelle influence en didactique de langue ? » Recherche en didactique des langues sur objectif(s) spécifique(s). Points communs, n°1 Paris .
- MANGIANTE et C.PARPETTE., (2004) , Le français sur objectif spécifiques : de l'analyse des besoins à l'élaboration d'un cours , Hachette FLE .Paris.

Sitographie

- [http://ressources-cla.univ-fcomte.fr/gerflint/Algerie 9/ ammouden .pdf](http://ressources-cla.univ-fcomte.fr/gerflint/Algerie%209/ammouden.pdf)(consulté en décembre 2019)
- [http://ressources.cla.univ.lion2.univ-fcomt.fr/gerflint/ chine 3/ richer .pdf](http://ressources.cla.univ.lion2.univ-fcomt.fr/gerflint/chine%203/richer.pdf)(consulté en mars2020)
- [http://lesla.univ –lion 2 .fr / sites / lesla/ IMG/ pdf/ doc – 599. PDF.](http://lesla.univ-lion2.fr/sites/lesla/IMG/pdf/doc-599.pdf) (consulté en avril 2020)

A decorative graphic of a scroll with a marbled pattern. The scroll is oriented horizontally and has three visible rolled-up ends: one on the left side, one on the top right corner, and one on the bottom left corner. The marbling consists of intricate, swirling patterns in shades of grey and white.

TABLE DES MATIERES

Table des matières

| | |
|--|----|
| Introduction générale | 8 |
| Chapitre 1 : Démarche FOS en milieu professionnel | |
| Introduction | 12 |
| 1.1 Définition du français sur objectif spécifique..... | 13 |
| 1.2. Emergence du Français sur objectifs spécifique (FOS)..... | 13 |
| 1.2.1. Français Militaire (FM)..... | 14 |
| 1.2.2. Français scientifique et Technique/français de spécialité (FS)..... | 14 |
| 1.2.3. Français Instrumental (FI)..... | 15 |
| 1.2.4. Français Fonctionnel (FF)..... | 15 |
| 1.2.5. Approche Communicative (AC)..... | 16 |
| 1.2.6. Le français sur objectifs spécifique (FOS)..... | 16 |
| 1.2.7. Français Langue Professionnelle (FLP)..... | 17 |
| 1.2.8. Français sur Objectifs Universitaires (FOU)..... | 17 |
| 1.3. Démarche FOS en milieu professionnel | 17 |
| 1.4. Français langue professionnelle | 18 |
| 1.5. Description de la démarche FOS en milieu professionnel..... | 19 |
| 1.5.1 Etape 01 : une demande de formation..... | 19 |
| 1.5.2. Etape 02 : Analyse des besoins..... | 19 |
| 1.5.3. Etape 03 : Recueil des données sur le terrain..... | 20 |
| 1.5.4. Etape 04 : Analyse et traitement des données..... | 20 |
| 1.5.5. Etape 05 : l'élaboration didactique..... | 20 |

Table des matières

| | |
|---|----|
| 1.6. Distinction entre Français sur objectif(s) spécifique(s) et Français langue professionnelle..... | 21 |
|---|----|

| | |
|------------------|----|
| Conclusion | 24 |
|------------------|----|

Chapitre 2 : Méthodes d'analyse des besoins langagiers d'un public FLP

| | |
|--------------------|----|
| Introduction | 25 |
|--------------------|----|

| | |
|---|----|
| 2.1. Position géographique de l'Hôtel «Thais » à Tighremt | 26 |
|---|----|

| | |
|--|----|
| 2.2. Organigramme de l'Hôtel « Thais » | 26 |
|--|----|

| | |
|--|----|
| 2.3. Domaines d'activité de l'Hôtel..... | 27 |
|--|----|

| | |
|------------------------------------|----|
| 2.3.1. Les métiers d'accueil | 27 |
|------------------------------------|----|

| | |
|------------------------------------|----|
| 2.3.2. Les métiers des étages..... | 27 |
|------------------------------------|----|

| | |
|-------------------------------------|----|
| 2.3.3. Les métiers de la salle..... | 28 |
|-------------------------------------|----|

| | |
|--|----|
| 2.3.4. Les métiers de la cuisine | 28 |
|--|----|

| | |
|---|----|
| 2.3.5. Les métiers de la direction..... | 29 |
|---|----|

| | |
|--|----|
| 2.4. Méthodes d'analyse des besoins langagiers des employés dans l'hôtel « Thais » | 29 |
|--|----|

| | |
|---|----|
| 2.4.1. Analyse des besoins : Définition et Méthodologie | 29 |
|---|----|

| | |
|--|----|
| 2.4.2. Les outils d'analyse ou méthode utilisé | 30 |
|--|----|

| | |
|------------------------------|----|
| 2.4.2.1. Questionnaire | 30 |
|------------------------------|----|

| | |
|-------------------------|----|
| 2.4.2.2. Entretien..... | 31 |
|-------------------------|----|

| | |
|--|----|
| 2.4.2.3. Autres outils d'analyse | 31 |
|--|----|

| | |
|-----------------------------|----|
| 2.5. Besoins langagier..... | 31 |
|-----------------------------|----|

| | |
|---|----|
| 2.6. Analyse des besoins langagiers | 32 |
|---|----|

| | |
|------------------------------------|----|
| 2.7. Analyse du questionnaire..... | 33 |
|------------------------------------|----|

Table des matières

| | |
|---|----|
| 2.8. Analyse des propos des responsables interviewés..... | 43 |
|---|----|

| | |
|-----------------|----|
| Conclusion..... | 46 |
|-----------------|----|

Chapitre 3 : Propositions didactiques

| | |
|--------------------|----|
| Introduction | 48 |
|--------------------|----|

| | |
|----------------------------------|----|
| 3.1. Proposition didactique..... | 49 |
|----------------------------------|----|

| | |
|-------------------------------|----|
| 3.2. Séquence didactique..... | 49 |
|-------------------------------|----|

| | |
|---|----|
| 3.3. Les étapes de la séquence didactique | 49 |
|---|----|

| | |
|-----------------------------------|----|
| 3.3.1. La mise en situation | 50 |
|-----------------------------------|----|

| | |
|------------------------------------|----|
| 3.3.2. La production initiale..... | 50 |
|------------------------------------|----|

| | |
|-------------------------|----|
| 3.3.3. Les modules..... | 51 |
|-------------------------|----|

| | |
|-----------------------------------|----|
| 3.3.4. La production finale | 51 |
|-----------------------------------|----|

| | |
|--|----|
| 3.4. Aperçu global des séquences proposées | 52 |
|--|----|

| | |
|--|----|
| 3.5. Séquence I : les écrits spécifiques au domaine d'hôtellerie | 52 |
|--|----|

| | |
|---|----|
| 3.6. Séquence II : la sensibilisation au domaine d'hôtellerie | 54 |
|---|----|

| | |
|------------------|----|
| Conclusion | 56 |
|------------------|----|

| | |
|----------------------------------|----|
| <i>Conclusion générale</i> | 57 |
|----------------------------------|----|

| | |
|--|----|
| <i>Références bibliographiques</i> | 59 |
|--|----|

| | |
|---------------------------------|----|
| <i>Table des matières</i> | 61 |
|---------------------------------|----|

Annexes

A decorative graphic of a scroll with a marbled paper texture. The scroll is oriented horizontally and has a black outline. The word "ANNEXES" is centered on the scroll in a bold, black, serif font. The scroll has three visible folds: one on the left side, one on the top right corner, and one on the bottom left corner.

ANNEXES

Questionnaire

Ce questionnaire s'inscrit dans le cadre d'un mémoire de master 2 intitulé : Modèle d'Analyse des besoins langagiers d'un public français langue professionnelle.

Nous vous prions de bien vouloir y répondre.

L'identité sociale

Sexe :

Age :

Profession :

1- Quel diplôme avez – vous ?

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

2- Quelle est votre spécialité (profil professionnel) ?

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

3- Utilisez- vous le français dans votre vie quotidienne ?

Oui

Non

Des fois

Quand ?

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

4- Aimez-vous la langue française ?

Oui

Non

Annexes 1

Pourquoi ?

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

5-Que représente pour vous la langue française ?

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

6-Le français est-il une langue de travail et de communication dans l'hôtel ?

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

7-Pensez-vous que le français est un outil indispensable dans votre domaine ?

Oui

Non

8- Quelles sont les principales tâches langagières que vous effectuez ?

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

9- Quelles sont vos contactes avec vos collègues la nature de la langue utilisée

Arabe kabyle français

10- Avec quelle langue vous communiquez avec les clients ?

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

11-pouvez- vous nous parlez de votre travail ?

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

12-Quels sont les écrits que vous utilisez dans votre travail ?

Annexes 1

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

13- Où trouvez-vous des difficultés en utilisant la langue française à l'écrit ou à l'oral ?

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

14- Que pensez-vous du tourisme en Algérie ?

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

Nous vous remercions pour votre précieuse collaboration.



Résumé

L'objectif de ce travail est de déterminer les méthodes d'analyse des besoins langagiers d'un public français langue professionnelle.

Notre enquête s'est effectuée au sein du service d'accueil à l'hôtel « Thais ».

Dans notre enquête de terrain, nous avons procédé à deux méthodes d'analyses des besoins : la première un questionnaire destiné aux employés, tandis que la deuxième un entretien réalisé avec les responsables de l'hôtel.

A travers notre recherche, nous avons constaté que les employés au service d'accueil à l'hôtel Thais rencontrent d'énormes difficultés en langue française.

A la fin de notre recherche nous avons proposé des contenus didactiques afin d'améliorer le niveau des employés à l'oral et à l'écrit.

Mots clés : Modèle, besoins langagiers, langue professionnelle.