

L'enseignement-apprentissage du Français à des fins spécifiques par la mise en place d'un programme de Français du tourisme

Enseñanza-aprendizaje del Francés con fines específicos por la puesta en marcha de un programa de Francés del turismo

The teaching and learning of French for specific purposes in order to develop a French program in the area of tourism

Félix NÚÑEZ PARÍS

Universidad SEK
felix.nuñez@sekmail.com

RÉSUMÉ

Nous assistons aujourd'hui, dans le domaine de l'enseignement du français à des fins spécifiques, à une montée des variétés de langue (langue de l'économie, du tourisme, médicale, agricole).

Cet article a pour but de faire réfléchir sur l'enseignement du français dans le domaine professionnel du tourisme.

Dans la première partie de notre travail, nous allons caractériser les éléments permettant à l'étudiant d'accomplir des tâches utilisant les actes de parole communs aux domaines du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration (renseigner, localiser, caractériser, conseiller, justifier, négocier, réserver, confirmer ou annuler une réservation).

Quant à la seconde étape de notre étude, nous allons nous interroger sur la façon de transmettre à des étudiants en français du tourisme l'essentiel de nos résultats d'analyse, dans une optique professionnalisante.

MOTS CLÉS

Didactique
Français
Linguistique
Appliquée

RESUMEN

Hoy en día asistimos a un relanzamiento, en el campo del francés para fines específicos, de los diferentes tipos de lengua (lengua de la economía, del turismo, de la medicina, agrícola). Este artículo tiene como objetivo reflexionar sobre la enseñanza del francés en el campo profesional del turismo.

En la primera parte de nuestro trabajo se analizan los elementos que permiten al estudiante la realización de tareas utilizando los «actos de habla» relativos al campo profesional del turismo, la hostelería y la restauración (informar, localizar, caracterizar, justificar, negociar, reservar, confirmar o anular una reserva).

En la segunda parte, nos planteamos la manera de transmitir a los estudiantes de francés del turismo, lo esencial de los resultados de nuestro análisis, desde una perspectiva profesional.

PALABRAS CLAVE

Didáctica
Francés
Lingüística
Aplicada

ABSTRACT

Nowadays we are witnessing a reappearance, within the field of French for specific purposes, of difference types of language (those of economics, tourism, medicine or agriculture).

The object of this article is to serve as a reflection tool for the teaching of French in the area of tourism.

In the first part, elements that serve the student to accomplish tasks using speech acts related to the professional field, hotel and restaurant services, such as to inform, to localize, to characterize, to justify, to negotiate, to book, confirm or cancel a reservation are analyzed.

The second part deals with the way of transmitting to students of French for tourism that which is essential from the results of this analysis, from a professional perspective.

KEY WORDS

French
Didactics
Applied
Linguistics

SUMARIO 1. Répertoire des situations et des tâches écrites et orales sélectionnées pour la préparation au CFTH. 2. Références bibliographiques.

Nous assistons aujourd'hui, dans le domaine de l'enseignement du français, à une montée des variétés de langue (langue de l'économie, du tourisme, médicale, agricole). On a besoin du français dans les échanges économiques, dans les échanges scientifiques, dans le cadre de la mobilité professionnelle, et de celle des étudiants. Il y a donc tout un espace à occuper pour le français de spécialité.

Cet article a pour but de faire réfléchir sur l'enseignement du français dans le domaine professionnel du tourisme.

Dans la première partie de notre travail, nous allons caractériser les éléments permettant à l'étudiant d'accomplir des tâches utilisant les actes de parole communs aux domaines du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration (renseigner, localiser, caractériser, conseiller, justifier, négocier, accueillir, réserver, confirmer ou annuler une réservation).

Quant à la seconde étape de notre étude, nous allons nous interroger sur la façon de transmettre à des étudiants en français du tourisme l'essentiel de nos résultats d'analyse, dans une optique professionnalisante.

Pour élaborer un programme sur objectifs spécifiques, son enseignement peut prendre des formes variées. Pourtant, la plupart de fois on met l'accent sur la différenciation des publics et sur l'identification des besoins pour arriver à l'élaboration de contenus nouveaux. Il y a des méthodes qui préfèrent une approche de type « notionnelle-fonctionnelle », avec prise en compte des comportements professionnels : « La Voyagerie » (PUG). D'autres privilégient une approche générale communicative et langue de la profession : « Les métiers du tourisme » (Éd. Hachette), « Le français du tourisme » (Éd. CLE International). Quant au public visé ils se destinent toujours à des étudiants - non débutants - professionnels dans les secteurs du tourisme. Le niveau requis pour suivre ces méthodes s'adresse à des étudiants désirant acquérir ou consolider des connaissances en français du tourisme après 150-200 heures de français. En

ce qui concerne le type de langue privilégiée, en général, pour chaque secteur professionnel, les besoins langagiers ont été répertoriés, analysés en terme de lexique, de structures grammaticales, d'actes de paroles et de types de texte.

Bref, c'est en tenant compte du niveau de compétence professionnelle requise : hôtesses d'accueil, employés de bureaux de voyages, guides, animateurs... que devra être élaboré le programme d'apprentissage.

Les bases d'un programme d'enseignement doivent définir de manière efficace des situations de communication qui découlent du contexte professionnel du tourisme et les adapter à un enseignement et à une formation à visée professionnelle. Il faut également connaître et sélectionner les paramètres d'une tâche professionnelle et en déduire les compétences langagières à mettre en œuvre, l'ensemble desquelles nous fournira la compétence de communication globale souhaitée chez l'élève. Finalement, du point de vue méthodologique, il faudra concevoir des directives claires de tâches communicatives à visée professionnelle à accomplir.

Le programme va permettre à l'élève d'analyser les caractéristiques, les tendances et les normes de l'industrie touristique, de déterminer ses facteurs de succès et d'examiner les principes et les procédés d'un service de qualité à la clientèle.

C'est d'après cette perspective que S. Moirand situe la description des discours produits dans des situations de communication professionnelles :

« Repérer les récurrences dans les textes et les dialogues, dégager les structures privilégiées par un domaine professionnel spécifique (Darot, 1989), s'interroger sur les paramètres situationnels qui conditionnent les variations linguistiques lors des procédures de mise en texte, tels sont les objectifs d'une description des discours qui cherche à inventorier, classer, organiser des faits de langue, et à programmer, en conséquence, leur apprentissage... »¹

Quant au contenu et activités le programme représente un cadre général qui devra être adapté aux besoins des apprenants.

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit :

- Se familiariser avec la civilisation française appliquée à la spécialité ainsi qu'à la culture générale et touristique de la France (géographie touristique, guides, classements hôteliers, gastronomie, réglementation sociale et fiscale, etc...)
- Développer des compétences de communication dans des situations précises de la vie professionnelle :
- à l'écrit, en pratiquant la correspondance professionnelle (courrier électronique, télécopie, annonces, messages, divers types de lettres, etc...), en utilisant des supports professionnels (prospectus, dépliants, horaires...)

¹ S. Moirand, « *Décrire des discours produits dans des situations professionnelles* », N° spécial Français dans le Monde, août-sept 1990.

- à l'oral, en entraînant à établir des contacts directs et téléphoniques (informer un client, réserver, confirmer ou annuler une réservation etc...), à prendre des notes à partir de documents sonores (audio et vidéo).

Dans le cadre d'une formation portant sur le français du tourisme et de l'hôtellerie organisée par la CCIP de Paris, je voudrais présenter ci-dessous, les éléments concernant l'environnement socio-professionnel des métiers du tourisme afin de comprendre dans quel **contexte** et dans quelles situations professionnelles vont se dérouler les tâches communicatives, écrites et orales, ciblées par le *Certificat de français du tourisme et de l'hôtellerie* de la CCIP (CFTH).

1. Répertoire des situations et des tâches écrites et orales sélectionnées pour la préparation au CFTH

Tourisme : Être capable de communiquer en français pour :

1. Demander des propositions de circuit touristique à un prestataire, à la suite de la demande d'un client (individuel ou groupe).
2. Organiser un circuit touristique auprès d'un prestataire, à la suite de la demande d'un client (individuel ou groupe).
3. Faire une réservation de voyage auprès d'un prestataire, à la suite de la demande d'un client (individuel ou groupe).
4. Demander des propositions de séjour hôtelier auprès d'un prestataire, à la suite de la demande d'un client (individuel ou groupe).
5. Organiser un séjour hôtelier auprès d'un prestataire, à la demande d'un client (individuel ou groupe).
6. Faire une réservation hôtelière auprès d'un prestataire, à la suite de la demande d'un client (individuel ou groupe).
7. Répondre à une demande d'information d'un client.
8. Aider un client à choisir, acheter, réserver.
9. Modifier, annuler une réservation, des prestations.
10. Rédiger une lettre, une télécopie, en réponse à une situation donnée relevant du tourisme, y compris un litige mineur.
11. Concevoir et élaborer un court document d'information, de fidélisation ou de promotion de prestations touristiques.
12. Présenter et commenter un itinéraire de visite touristique.

Etant donné ces remarques et grâce à l'étude et connaissance des programmes du français du tourisme, les enseignants peuvent s'engager dans une analyse structurée des buts poursuivis par ceux-ci et de l'efficacité des procédures par lesquelles ces buts sont fixés et atteints.

Dans ce cadre nous allons présenter, à titre d'exemple, les termes dans lesquels sont formulés deux programmes de formation.

Objectif : Concevoir un programme sur mesure

PREMIER CAS

Vous êtes chargé(e) d'assurer un cours de français de spécialité dans une école professionnelle. A partir des indications qui vous sont fournies ci-dessous, proposez un programme d'apprentissage de langue à usage professionnel adapté au public concerné.

Public visé : Adultes, professionnels qui doivent se rendre en France pour un stage

Niveau : Intermédiaire (150 – 200 heures de français général)

Objectifs :

- s'initier au vocabulaire spécifique dans le milieu professionnel
- améliorer leur maîtrise de la langue en situation professionnelle

Temps de formation disponible : 8 heures (4 fois deux heures)

DEUXIÈME CAS

Une quinzaine d'adultes de niveau de langue moyen, souhaitent participer à une formation d'une durée d'une semaine à raison de 2 heures par jour (12 heures). Leur objectif général est d'être capable de remplir les diverses tâches à la réception d'un hôtel de catégorie trois étoiles. Concevez un programme d'apprentissage détaillé à leur intention.

Il s'agit d'une situation classique de formation sur mesure où le concepteur/professeur doit fournir à son client, non pas un cours, mais un programme concerté au terme duquel le client devra avoir "couvert" les sujet demandé (connaissances), ou aura été entraîné à faire état de ses compétences linguistiques dans une situation ciblée.

En général, sont donc fournies les grandes lignes du déroulement de la formation, selon le schéma suivant :

1. Type de public
2. Niveau du public
3. Analyse des besoins : et détermination des objectifs de formation
4. Temps de formation disponible
5. Contenu du programme suggéré :
6. Type d'évaluation proposé

Voici les grandes lignes pour mettre en place un programme d'enseignement.

Dans les deux cas, il faudrait partir de ce que les participants connaissent et savent déjà faire, et on « construirait » à partir de cette base.

Donc, dans le premier cas :

Public visé : Adultes professionnels qui doivent se rendre en France pour un stage (de toute évidence, dans une entreprise et pour améliorer leurs connaissances et/ou leurs compétences professionnelles)

Niveau : Intermédiaire (150 à 150 heures de français général). Les participants sont donc capables, au moins, de

- comprendre une conversation simple sur un sujet connu
- lire un texte ou un document relevant de leur spécialité et en comprendre le sens
- s'entretenir avec un « natif » de sujets simples relevant du domaine personnel ou familial
- savoir faire répéter s'il n'a pas compris

On pourrait aller plus en détail sur ce que le niveau « intermédiaire » recouvre en consultant, par exemple ; les documents du Conseil de l'Europe sur l'apprentissage des langues, ou une échelle reconnue d'évaluation de niveau de compétence (voir, sur le site de la CCIP, dans chaque examen professionnel (CFTH, FS, FJ), la description du niveau.

Objectif 1 :

- S'initier au vocabulaire spécifique dans le milieu professionnel

Objectif 2 :

- Améliorer leur maîtrise de la langue en situation professionnelle

Temps de formation disponible : 8 heures en tout (4 fois deux heures)

Programme suggéré :

1^e cours : 2 heures :

- Vérification des connaissances déjà acquises
- Lecture de textes professionnels pertinents.
- Identification, présentation et manipulation du vocabulaire spécifique du tourisme : les partenaires et leurs tâches, les prestations, les transports, les règlements financiers, les questions de sécurité, l'hébergement, l'animation, les forfaits, etc... (tous ces thèmes et tous ces domaines sont utiles et devraient être négociés avec le groupe, en fonction de leur spécialisation ou de leurs priorités).
- Exposition à un document oral et reconnaissance des éléments de la situation de communication.
- Mise en situation par groupe et jeu de rôle à partir de l'une des situations

2^e cours : 2 heures

- entraînement systématique au vocabulaire professionnel
- exercices de discrimination, reconnaissance, classement, hiérarchisation, élargissement, etc.
- test final de vérification des connaissances acquises (-ou qui restent à acquérir : le professeur ne peut pas tout faire...)

3^e cours : 2 heures

Etudes de cas professionnels

- présentation de cas professionnels plus ou moins complexes et spécialisés
- analyse des éléments du cas
- diagnostic professionnel
- diagnostic linguistique
- propositions de solutions à apporter
- choix et justification de la solution retenue
- évaluation des productions écrites ou orales des participants

4^e cours : 2 heures

Simulation professionnelle. Selon les spécialisations des participants :

- à l'agence de voyages : entretien de vente avec différents types de clients
- chez un tour opérateur : préparation d'un forfait, négociation des prestations
- à l'office de tourisme : renseignements fournis aux touristes, proposition et explication des documents du tourisme
- dans une école de cuisine : préparation d'une recette, explications et réalisation
- Production de documents écrits ou oraux (enregistrés)
- Auto évaluation et évaluation du groupe
- Correction et amélioration des prestations
- Synthèse des connaissances et des compétences mises en œuvre

En ce qui concerne le deuxième cas, il s'agit d'un cas plus « professionnellement ciblé ».

Dans ce cas, il faudrait partir d'un profil de poste ciblé : RECEPTIONNISTE.

Programme suggéré sur 12 heures :

1^e cours : 2 heures

- Vérification des connaissances déjà acquises et maîtrisées
- La réception et le réceptionniste : la fonction, le métier la personne
- Textes et documents oraux simples et descriptifs
- Analyse de profils de postes divers (offres d'emplois, par exemple)
- Synthèse des connaissances et des compétences nécessaires

2^e cours

- Répondre au téléphone : procédure et formulations
- Accueillir : techniques et comportements
- Renseigner sur l'établissement et ses prestations
- Offrir des prestations
- Réserver et annuler

3^e cours

Idem que le deuxième cours

Renforcement et variantes de situations

4^e cours

- enregistrer un client avec réservation : renforcement linguistique
- enregistrer un client sans réservation : renforcement linguistique
- installer un client dans la chambre : renforcement linguistique
- accueillir un groupe : renforcement linguistique

5^e cours

- Collaboration avec des agences de voyages, des prestataires de services
- Offre de services pour des prestations hors hôtel
- Règlement de factures : présentation au client et explication
- Réclamation : gestion de la situation

6^e cours

- Etudes de cas de réception : diverses lettres commerciales analysées et diverses réponses proposées.
- Simulations de réception, à l'écrit et l'oral : situation précise et réaction précise du professionnel.

Le tout, évidemment, en langue cible... et le moins possible de temps passé en langue maternelle (explication plus rapide, si nécessaire)

Se rappeler que les participants ne passent pas un examen mais veulent améliorer leur situation dans la langue étrangère... Ils sont professionnels et connaissent les procédures dans leur langue.

Dans les deux programmes, où est la grammaire ?

Dans ces deux cas, je répondrais que, étant donné le nombre d'heures réduit et les besoins exprimés, les exercices de grammaire occupent une place minimale.

Cela ne veut pas dire que l'on ne sera pas amené à corriger ou à expliquer, mais le « traitement de l'erreur » se fera rapidement et des exercices pourront être proposés, mais à l'extérieur des cours pour la majeure partie.

Seront également proposés textes ou enregistrements, que les participants pourront étudier personnellement.

Dans les deux cas, prévoir un temps pour les questions précises, et pour le feed-back.

Pour essayer de répondre à la question initiale qui constitue la seconde étape de notre travail, il faut remarquer que indépendamment de l'intérêt et de la valeur propres d'un programme, il est essentiel que celui-ci soit connu par ses usagers. À ce titre, la capacité d'auto-évaluation

tion des élèves constitue l'étape ultime de l'apprentissage. Il faut que les apprenants sachent reconnaître d'eux-mêmes la différence entre une production satisfaisante, et insuffisante, pour pouvoir se dispenser ultérieurement d'un contrôle extérieur. Il est donc nécessaire que l'enseignement soit conçu pour atteindre au plus vite ce stade terminal.

Pour ce faire, la connaissance des objectifs et des compétences professionnelles à développer chez les élèves va permettre à ceux-ci de se faire une idée précise de ce que propose le programme et par conséquent l'apprenant pourra par lui-même évaluer ses capacités et ses points faibles.

C'est d'ailleurs cette démarche que M. J. Barbot propose concernant l'auto-évaluation de l'apprenant :

« Il ne s'agit pas de mesurer les connaissances, mais bien d'introduire une prise de conscience. Celle-ci permet alors de s'approprier des catégories qui font mieux comprendre le phénomène de la communication... »²

C'est donc à partir de la connaissance du programme et de l'implication de l'apprenant qu'on va assurer l'efficacité de l'apprentissage.

Après 110h environ de français de spécialité, l'apprenant doit pouvoir :

- Être capable de comprendre et d'utiliser la langue dans des situations professionnelles déterminées, pour exprimer des opinions ou des faits précis, de manière à pouvoir s'acquitter de la tâche qui lui est confiée, sans nécessairement faire preuve de correction linguistique parfaite.
- Être capable de faire face avec assurance, mais pas nécessairement sans difficulté à la plupart des situations de la vie sociale : présentations, conversations sur des affaires courantes, sur le travail.
- Être capable d'assurer des tâches professionnelles limitées, même s'il a besoin d'aide pour faire face à des difficultés. Si ces difficultés sont d'ordre lexical, il peut se servir de dictionnaires.
- Être capable de comprendre globalement des sujets généraux relevant des domaines du tourisme, de l'hôtellerie, de la restauration.
- Posséder un vocabulaire spécialisé suffisant pour répondre simplement et efficacement aux questions posées.

C'est donc sur *l'accomplissement d'une tâche communicative*, dans une situation de communication professionnelle donnée, qu'il sera évalué, et *non pas sur son degré de correction linguistique*. (CFTH)

La compétence professionnelle en elle-même ne fait pas partie de l'évaluation de l'examen. Cependant, la connaissance des procédures de l'accueil et de la vente, en particulier celle de la réservation, seront «un plus», même dans leur aspect le plus simple.

² M.-J Barbot, 2000, p. 62.

La clé de la réussite se trouve donc dans la bonne compréhension de la situation professionnelle dans laquelle se déroule l'acte de communication, écrit ou oral :

- Qui je suis?
- A qui je m'adresse
- De quoi a-t-il/elle besoin?
- Qu'est-ce que je dois FAIRE pour remplir correctement mes fonctions ?
- Avec quel outil ou quel document ?
- Sur quel ton ?
- Avec quel comportement ?
- Qu'est-ce qui arrive si je ne fais pas bien mon travail ?

Pour conclure nous dirons que le professeur de langues étrangères et en particulier celui de français se doit d'être attentif à cette mutation ou défi que suppose intégrer les aspects les plus porteurs à des formations spécifiques dans le cadre d'une pédagogie des langues étrangères active qui doit viser de plus en plus à l'autonomie de l'apprenant en utilisant les outils et les supports auxquels il sera confronté dans sa vie professionnelle.

2. Références bibliographiques

BARBOT M.-J

2000 *Les auto-apprentissages*, CLE International/HER

CCIP

2001 *Cours de formation à distance sur le français du tourisme et de l'hôtellerie*. Paris.

CHANELOUVE-CHIARI, CORBEAU, DUBOIS

1991 *Les métiers du tourisme*, Hachette.

DESCOTES-GENON, EURIN, ROLLE, SZILAGYI

1992 *La voyagerie. Pratique du français du tourisme*, Presses Universitaires de Grenoble.

Le français dans le monde, n° spécial Recherches et applications : « publics spécifiques et communication spécialisée », août-septembre 1990, pp. 52-62.

RENNER H., RENNER U., TEMPESTA

1993 *Le français du tourisme*, CLE International.