

TOURISME : METTRE EN PLACE DES DISPOSITIFS FLEXIBLES ET NOVATEURS

C'est un constat : le français du tourisme a le vent en poupe ! Secteur économique devenu majeur pour de nombreux pays, l'industrie du tourisme se doit d'être en constante évolution. En témoigne la multiplication ces dernières années des demandes de formations en français du tourisme dans le monde. Revue de détail.

PAR LE DÉPARTEMENT INNOVATION PÉDAGOGIQUE DU FRANÇAIS DES AFFAIRES DE LA CCI PARIS ÎLE-DE-FRANCE

LE FRANÇAIS DES AFFAIRES
RENCH FOR BUSINESS

CCI PARIS ÎLE-DE-FRANCE
EDUCATION

Avec cette rubrique « Français professionnel », *Le français dans le monde* accueille une nouvelle collaboration avec un partenaire historique de la revue, la CCIP Paris Île-de-France et son département Éducation. Désormais, tous les deux numéros, nous solliciterons son expertise et la compétence de ses formateurs et chercheurs dans ce domaine, comme elle sait les mettre au service des enseignants depuis plus d'un demi siècle...

L'industrie du tourisme est au cœur de la reprise économique de nombreux pays, impactés par la pandémie. Afin d'attirer à nouveau les touristes internationaux, les initiatives en matière de formation sont nombreuses. Les centres de langue font ainsi face à de nouvelles demandes et doivent proposer des formations linguistiques au plus près des situations auxquelles sont confrontés les professionnels de ce secteur.

Répondre à une demande de plus en plus diversifiée

Le tourisme de masse a d'abord joué un rôle important dans la conception d'une offre touristique standard, qui s'est vite tournée vers un besoin de diversification face à la concurrence et donc d'une offre plus « individualisée ». Le secteur s'est également largement professionnalisé avec la création de filières spécialisées dédiées à l'hôtellerie, aux métiers de la bouche et au tourisme. Les standards nationaux, internationaux (étoiles, label écotourisme...) se sont multipliés.

L'expérience client a en effet toujours été au cœur de l'industrie touristique, qui doit satisfaire les besoins des touristes d'aujourd'hui et anticiper ceux des touristes de demain. Parmi les grandes tendances actuelles, on retrouve le tourisme durable, la consommation responsable, les vacances actives (reposant sur des activités sportives), le rejet de la surfréquentation touristique, une plus grande personnalisation des voyages, et la « boulimie de voyages » (qui consiste à prendre sa revanche après une période de pandémie où les voyages n'étaient plus autorisés).

Pour améliorer l'expérience client et personnaliser leurs offres, les professionnels du tourisme jouent la carte des langues. Tout client international apprécie à son arrivée que l'on s'adresse à lui dans sa langue maternelle. Encore faut-il maîtriser cette langue cible du client, variable. Par exemple, en hôtellerie : de l'hôtel de luxe 5 étoiles au gîte 4 épis, la façon de s'exprimer diffère selon le profil du client auquel on s'adresse.

Une typologie variée de programmes de formation

Les organisations touristiques se tournent vers les centres de langue et le réseau culturel français à l'étranger au travers des Instituts français et des Alliances françaises. Les établissements éducatifs locaux (universités, lycées professionnels, instituts techniques, écoles spécialisées...) cherchent également

Pour améliorer l'expérience client et personnaliser leurs offres, les professionnels du tourisme jouent la carte des langues

à adapter leurs programmes de langue pour faciliter l'employabilité de leurs étudiants. Les demandes obligent à une ingénierie pédagogique que nous livre le français sur objectif(s) spécifique(s) (FOS). Une typologie variée de programmes de formation en découle.

En Arabie saoudite. Prenons l'exemple du secteur touristique en Arabie saoudite. Cruise Saudi est une société créée pour soutenir la croissance du secteur du tourisme saoudien. Elle a ainsi souhaité former au français 140 guides touristiques. Après une première analyse des besoins, il ressort que la formation s'adresse davantage aux guides touristiques des villes escales qu'aux guides-animateurs des bateaux croisière dont les interactions langagières avec le croisiériste restent très circonscrites. L'analyse des besoins langagiers révèle quant à elle deux types de tâches langagières : celles correspondant à la « routine » de tout guide touristique comme « annoncer le programme de la visite », « raconter une anecdote », « donner des consignes de sécurité », etc. ; celles propres aux activités touristiques



qui varient d'une ville à l'autre et donc, d'un guide à l'autre, comme « raconter l'histoire d'un site archéologique », « décrire l'architecture d'un fort », « visiter un aquarium », « décrire l'écosystème d'un lac ». On voit ici un programme de formation se décliner en tâches transversales à destination de l'ensemble des guides, puis en tâches spécifiques selon le lieu d'exercice.

En Amérique centrale. Citons maintenant l'expérience de filières en formation initiale en Amérique centrale qui souhaitent former leurs étudiants à mettre en valeur en français le patrimoine artisanal local. Cette demande revêt une dimension particulière tant le besoin est focalisé sur la tâche « décrire un objet artisanal » et les microtâches langagières attenantes : « décrire le processus de fabrication » en « mettant en avant les matériaux utilisés, leurs couleurs, etc. ». Les enseignants de français doivent là aussi bien analyser la tâche professionnelle pour en extraire les savoir-faire langagiers adéquats. Le programme de formation

Des labels pour identifier et promouvoir les établissements disposant de personnel capable de communiquer dans la langue maternelle du touriste

très court prendra comme entrée un public étudiant, ciblé, homogène, qui se perfectionne dans une tâche langagière centrale et unique reliée à l'agir professionnel. C'est une méthodologie 100 % FOS qui doit ici être adoptée.

Au Brésil, la demande de formation concerne principalement le personnel d'accueil, tous corps de métiers touristiques, avec un profil varié des bénéficiaires : étudiants dans les filières techniques, autodidactes, professionnels confirmés. L'ingénierie de formation repose ici sur un public large dans sa pratique du métier avec pour seul point commun : accueillir les touristes francophones. Le choix

a été fait ici d'élaborer un référentiel de compétences langagières liées aux métiers de l'accueil en tourisme, extrêmement transversal, avec des appendices déclinant des compétences langagières plus spécifiques pour les professionnels plus confirmés (réceptionniste, agent d'accueil dans un hôtel, agents municipaux, gardes forestiers, etc.).

L'attractivité des labels

Afin d'accompagner au mieux ce regain du besoin en formation continue en langues étrangères, de nombreuses initiatives de labels multilingues pour le secteur du tourisme ont vu le jour ces dernières années (Liban, Roumanie⁽¹⁾). Ce dispositif a été annoncé le 20 mars 2018 par le président de la République française dans le cadre du plan « Une ambition pour la langue française et le plurilinguisme ». Ces labels ont pour objectif d'identifier, de reconnaître et de promouvoir les établissements disposant de personnel capable de communiquer dans la langue maternelle du

touriste (en français, en anglais et dans la langue majoritaire du pays d'accueil). Le label est remis à tout établissement pouvant apporter la preuve qu'une partie de son personnel aura été formée et certifiée dans la langue visée. Pour le français, ce sont les Diplômes de français professionnel (Tourisme, hôtellerie et restauration⁽²⁾) de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris Île-de-France qui ont été retenus. D'autres projets sont en cours (Maroc, Arabie saoudite...). Pour leur mise en place, nous retrouvons une ingénierie de formation privilégiant un programme transversal à l'ensemble des métiers de l'accueil en tourisme mais fortement contextualisé selon les pays où il sera implanté. Il faut ici que les savoir-faire langagiers liés à l'accueil soient au plus près de l'expérience que chaque établissement offre au touriste : dans un pays, l'accueil commencera par une cérémonie du thé, dans un autre par une visite des installations...

Ces différents exemples montrent bien la tendance à des dispositifs de formation en français du tourisme flexibles et novateurs répondant aux enjeux de diversification de l'offre touristique. Cette tendance concerne la plupart des acteurs éducatifs et linguistiques : les établissements scolaires et universitaires pour la prise en compte de ces besoins accrus du marché de l'emploi dans les cours de français proposés ; les centres de langue tout public pour répondre à la demande de formation continue des établissements touristiques. À titre d'exemple, les demandes de formation de formateurs en français du tourisme reçues par Le français des affaires de la CCIP Île-de-France ont explosé ces quatre dernières années et représentent, en 2022, 70 % des demandes de formation. La langue française n'a pas fini de voyager ! ■

1. <https://www.lefrancaisdesaffaires.fr/label-1/>
2. <https://www.lefrancaisdesaffaires.fr/tests-diplomes-diplomes-francais-professionnel-dtp/tourisme-hotelierie-restauration/>