

**Pour une analyse des besoins langagiers chez des employés du  
showroom Autoval Bejaia**  
**For an analysis of the language needs of the employees of the Autoval  
Bejaia showroom**

**KERBOUB Nassim★<sup>1</sup>, BOUNOUNI Ouidad<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Université de Bejaia, laboratoire: La recherche interdisciplinaire en didactique  
des langues et des cultures (RIDILCA), université de Blida;  
Nassim.kerboub@univ-bejaia.dz

<sup>2</sup> Université de Bejaia, laboratoire : La recherche interdisciplinaire en didactique  
des langues et des cultures (RIDILCA), université de Blida;  
Ouidad.bounouni@univ-bejaia.dz

*Reçu le05/03/2022*

*Accepté le15/04/2022*

*Publié le04/06/2022*

**Résumé:** Cet article s'intéresse aux besoins langagiers chez des employés du showroom automobile Autoval de Bejaia. Nous nous sommes intéressés aux besoins spécifiques en langues de certains employés de cette concession, notamment ceux qui sont en contact avec les clients de l'entreprise. Nous nous sommes interrogés sur leur degré d'avancement en langues et les besoins qu'ils expriment, mais aussi sur les compétences qu'ils recherchent à travers les composantes des besoins langagiers exprimés. L'objectif est de dégager les tendances qui se dessinent quant à la place des langues en entreprise de manière générale afin d'entamer la réflexion sur d'éventuelles formations en langues.

**Mots clés:** Besoins langagiers, communication, français, objectifs spécifiques, compétence

**Abstract:** This article focuses on the language needs of employees of the Autoval car showroom in Bejaia. We were interested in the specific language needs of some employees of this dealership, especially those who are in contact with the company's customers. We asked ourselves about their degree of advancement in languages and the needs they express, but also about the skills they are looking for through the components of the expressed language needs. The

## Pour une analyse des besoins langagiers chez des employés du showroom Autoval Bejaia

---

objective is to identify the trends that are emerging with regard to the place of languages in the company in general in order to start thinking about possible training. For this purpose, we conducted a sociolinguistic survey among these employees.

**Keywords:** Language needs, communication, French, specific objectives, competency

---

★ *Nassim KERBOUB*

## 1. Introduction:

Vu comme cela, notre intitulé pourrait suggérer qu'il s'agit d'un travail sur le français de spécialité ou en FOS car, il est vrai que la problématique des besoins langagiers est très importante dans une formation en FOS. C'est même la problématique principale d'une formation en FOS. Mais, il faut dire que les avancées des recherches actuelles (Penformis, 2002) mettent en exergue l'idée que les publics visés sont moins avancés en langue étrangère. Cela est dû à la mondialisation, de plus en plus de personnes sont appelées, tout en restant dans leurs pays, à travailler en langue étrangère. Beaucoup de gens aussi sont appelés à faire des études à l'étranger et que durant cette période, qui peut être longue, ils exercent de petits boulots ou de véritables emplois. Dans ces cas, il faut leur enseigner les bases de la communication en français. C'est le domaine du français langue professionnelle (FLP) (Mourlhon Dallies, 2006). La différence avec le FOS ou le français de spécialité est peut-être là, c'est le fait de s'adresser à un public moins avancé en français.

Ce qui nous a amené à nous intéresser aux employés de cette concession est le fait que le français n'est pas leur langue maternelle et que la ville de Bejaïa présente un univers linguistique varié. Nous savons que le français n'est pas la langue des habitants de Bejaïa, mais, il est présent dans leur vie quotidienne au côté du berbère (leur langue maternelle) mais aussi, de l'arabe. Ce qui nous amène à poser la question de savoir quels sont réellement leurs besoins en langue française ? Et s'ils sont bien avancés dans cette langue ? Et surtout, dans quelles mesures les composantes de leurs besoins langagiers peuvent-elles nous renseigner sur les compétences recherchées ? L'analyse des besoins et leur classification nous permettra peut-être de comprendre les tendances qui se dessinent par rapport aux besoins en langues en entreprise de manière générale et en langue française en particulier.

Nos hypothèses se focalisent sur le fait que les besoins langagiers des employés du showroom pourraient être identifiés, classés comme étant individuels/sociaux liés à la profession. Nous supposons qu'ils ont besoin de maîtriser les bases linguistiques de la langue mais aussi de pouvoir

## **Pour une analyse des besoins langagiers chez des employés du showroom Autoval Bejaia**

---

identifier les formules usuelles de politesses et répondre à des demandes d'informations afin de dialoguer avec les clients et mener à bien leurs missions en entreprise. Nous supposons également que les composantes des besoins langagiers de ces employés seraient d'ordre psycho-affectif, langagier et socioculturel. Ils auraient besoins de s'exprimer dans la langue de leurs clients avec une certaine fluidité verbale tout en maîtrisant les différents systèmes linguistiques de la langue mais aussi ses spécificités culturelles.

### **2. Cadre théorique et contexte de la recherche**

#### **2.1. La politique d'arabisation**

Tout au long de la période coloniale, la langue arabe ne jouit d'aucun prestige ou statut privilégié. C'était le français qui garde une place prioritaire et bénéficie d'un statut officiellement reconnu par l'Etat colonial dans le cadre d'une Algérie française. Ce n'est qu'après l'indépendance que les choses prennent une autre tournure en accordant à l'arabe une importance de premier plan à la suite de la politique d'arabisation : « ce retour à la culture nationale et à la langue arabe constitue, donc, tout un programme qui prend en charge les axes prioritaires dans l'édification de l'état. » (Quffélec, Derradji, Debov, Smaali Dekdouk, Cherrad Benchefra, 2002 : 47)

Cette politique est mise en application le lendemain de l'indépendance, dans le but de rendre à l'arabe sa place originale en élargissant son usage dans tous les domaines, y compris l'enseignement, les administrations, les institutions...

*Le gouvernement algérien voulait réaliser la face culturelle de l'indépendance en mettant à la place de la langue française la langue arabe, non pas la langue parlée, mais la langue arabe standard issue de l'arabe coranique, ce fut l'objet de la politique d'arabisation. (Guillaume,2008)*

Ainsi, Ahmed Ben Bella- le premier président de la République- affirme, dans sa première allocution publique et officielle, que : « Nous sommes des Arabes, des Arabes, dix millions d'Arabes(...). Il n'ya d'avenir pour ce pays que dans l'arabisme. » (Zenati, 2001). L'objectif principale donc de cette politique est le remplacement progressif d'une langue héritée du colonialisme (le français) par la langue arabe, en tant qu'une langue sacrée qui véhicule la culture arabo-musulmane, mais, cela ne signifie pas que les autres langues existantes en Algérie (le berbère et le français) ne jouissent d'aucun statut privilégié, au contraire, tous les deux ont bénéficié de quelques avantages. D'abord, le tamazight est une branche à l'université (licence en Tamazight). Face aux revendications des berbérophones, il accède au statut de langue nationale en 2002 puis au statut de langue officielle et nationale en 2016. Ainsi, le français est enseigné dès la 3<sup>eme</sup> année primaire comme la première langue étrangère en Algérie.

## **2.2 L'arabisation des entreprises en Algérie**

L'objectif premier de la politique d'arabisation après l'indépendance est de généraliser et restaurer la langue arabe sur toutes les institutions de l'Etat, entre autres, les entreprises.

*Les administrations publiques, les institutions, les entreprises et les associations, quelle que soit leur nature, sont tenues d'utiliser la seule langue arabe dans l'ensemble de leurs activités telles que la communication, la gestion administrative, financière, technique et artistique<sup>1</sup>.*

Cependant, cette politique, qui a essayé d'imposer l'arabe au peuple algérien à l'exclusion des autres langues, n'a pas réussi à occulter le français de façon définitive. En effet, cette langue existe toujours dans la

---

<sup>1</sup> Arabisation et démagogie en Algérie.

[www.mondediplomatique.fr/1997/02/GRANDGUILLAUME/4593](http://www.mondediplomatique.fr/1997/02/GRANDGUILLAUME/4593) est un journal mensuel français d'information et d'opinion, fondé en mai 1954 par Hubert Beuve-Méry comme supplément au quotidien ...Site consulté 03 juillet 2018.

## **Pour une analyse des besoins langagiers chez des employés du showroom Autoval Bejaia**

---

vie des algériens, ainsi qu'au niveau des institutions, y compris les entreprises.

*Des cadres exerçant dans les entreprises étatiques ont opté pour une retraite anticipée ou un recyclage vers le secteur privé compte tenu de leur âge et de leur incapacité à traiter des dossiers en langue arabe.*  
(Sebaa,2002 :103)

### **2.3 Le statut du français dans les entreprises algériennes**

Pratiqué quotidiennement par les différentes catégories sociales, le français représente, de plus, une langue de travail. C'est une réalité qu'on ne peut pas négliger : plusieurs domaines sont tenus à fonctionner aujourd'hui en langue française permettant à cette langue d'acquérir un statut particulier dans le milieu du travail. Ce statut se voit clairement dans les entreprises privées où on assiste à une dominance totale du français vis-à-vis de l'arabe qui est employé, selon les textes de loi, dans les différentes institutions de l'Etat (la mairie, les palais de la justice...)

L'ancrage du français dans le domaine professionnel ne se fait pas par le hasard, c'est le fruit, au contraire, de plusieurs raisons : même s'il est considéré depuis longtemps comme une langue du colonialisme, il jouit aujourd'hui d'un certain prestige permettant à leurs usagers de s'ouvrir sur le monde. L'écrivain Bachir Mefti, dans un article publié par El-Watan et cité par Libération en 2012, écrit que :

*Le français fait partie intégrante de notre vie sociale quotidienne. Il se mélange parfaitement à l'arabe parlé, est présent partout, et on ne le considère plus ni comme la langue du colonisateur ni comme langue étrangère<sup>2</sup>.*

---

<sup>2</sup>[www.liberation.fr/planete/2012/12/20/le-français-reconquiert-l-algerie\\_869182](http://www.liberation.fr/planete/2012/12/20/le-français-reconquiert-l-algerie_869182)

Journal français Par [Jean-Louis Le Touzet, Envoyé spécial à Alger](#) le 20 décembre 2012 à 21:06.

C'est un véritable rapport de force qui s'établit donc entre le français et l'arabe qui sont en relation complémentaire. Malgré l'obligation d'utiliser l'arabe comme étant la seule langue de communication et de fonctionnement, le français demeure toujours dans l'usage linguistique des algériens, à côté de l'arabe algérien et le berbère. Ce qui nous amène à dire que l'Algérie est un pays plurilingue par excellence qui unit plusieurs langues à la fois et le fait d'imposer une seule langue ne signifie pas que les autres langues vivantes doivent disparaître.

Dans un pays comme l'Algérie où le paysage linguistique se caractérise par une multiplicité des langues, la politique linguistique, qui voulait unifier le pays par une seule langue nationale et officielle qui est l'arabe standard, est restée vaine, car le plurilinguisme est une réalité vécue quotidiennement par les algériens. Ce qui nous pousse à dire qu'il existe toujours un double conflit entre les pratiques sociales et le pouvoir de l'Etat, autrement dit entre frontières linguistiques et frontières politique.

### **3. Méthodologie**

La taille de notre échantillon a été fixée à dix employés correspondant à plus d'un dixième de l'effectif concerné(une trentaine). Nous avons ciblé une dizaine d'employés du showroom de l'entreprise, travaillant dans deux services différents mais qui sont les seuls à avoir un contact avec les clients et de ce fait parler en langue et en langue française notamment, à savoir les agents commerciaux et le service après vente ; qui, lui comprend les réceptionnistes, les mécaniciens, les tôliers et les chargés de qualité.

Le choix de ses deux services de l'entreprise a été fait du fait que le contact avec les clients constitue une donnée importante dans le fonctionnement de l'entreprise. Il devient donc, intéressant d'analyser les besoins de ces employés en langues.

Nous avons mené une enquête auprès de ces employés (six hommes et quatre femmes) au moyen d'un questionnaire. Le choix de celui-ci obéit à un but bien précis : celui de nous fournir des données aussi bien qualitatives que quantitatives pour les besoins de notre enquête.

#### **3.1. Matériel expérimental**

## **Pour une analyse des besoins langagiers chez des employés du showroom Autoval Bejaia**

---

Notre questionnaire a été élaboré après plusieurs ébauches. Il n'a été défini qu'après avoir été testé sur le terrain. Cette pré-enquête nous a permis d'évaluer la réceptivité des questions par les enquêtés. Elle nous a permis de voir les types de questions et formulations appropriées. Ce qui a guidé notre choix vers des questions simples et directes du fait que les employés devaient remplir le questionnaire pendant leurs pauses qui, souvent ne durent que quelques minutes. L'absence de questions, de la part de nos informateurs, prouve, à notre sens, la clarté des questions qui leur ont été posées.

Notre questionnaire comprend treize (13) questions qui se regroupent autour quatre axes : l'identification des enquêtés, l'identification de leurs besoins langagiers, classification de leurs besoins et l'analyse des composantes de leurs besoins langagiers.

Les questions que avons posées à nos enquêtés, après ceux liées à leur identifications sont les suivantes :

- 1/Vous avez été scolarisé ? OUI Non
- 2/Si OUI, en français ?  
Précisez.....
- 3/Avez –vous suivi une formation en langue depuis que vous êtes en poste ?.....
- 4/Si oui, précisez les langues en question.....
- 5/Si vous devriez suivre une formation en langue française. Aimerez- vous travailler ;
  - la maitrise des bases linguistiques (grammaire, syntaxe, conjugaison, orthographe)
  - le développement des capacités de compréhension, d'appropriation écrite et/ou orale de la langue
  - l'enrichissement du registre lexical usuel
  - le développement de la fluidité verbale
  - se présenter, présenter ses activités et compétences
  - identifier des formules usuelles de politesse
  - se renseigner, poser des questions



- répondre à une demande d'information, dialoguer
- comprendre et respecter des consignes de travail
- s'exprimer sur des situations
- s'exprimer sur des notions de temps, durées, délais
- s'exprimer sur des quantités, des prix
- lire et comprendre des documents relatifs à la vie quotidienne et professionnelle
- rendre compte par écrit

6/Lors de votre formation en langue, êtes vous demander à un moment donné, si vous pouviez suivre la formation jusqu'au bout ? Oui Non

7/Vous comprenez les consignes données : toujours souvent parfois

8/Avez –vous constaté, depuis que vous êtes en poste une différence entre la communication apprise en formation et la communication en situation réelle ? Oui Non

9/prenez –vous du plaisir à suivre une formation en langue française ? Oui Non

10/Pensez –vous qu'il vous est utile d'apprendre les spécificités culturelles de la langue française en même temps la langue française elle-même ? Oui Non

### **3.2. Grille d'analyse**

Nous avons défini deux critères pour l'analyse des questions, à savoir, l'identification des besoins langagiers et la classification des besoins langagiers et leurs composantes.

## **4. Analyse des données**

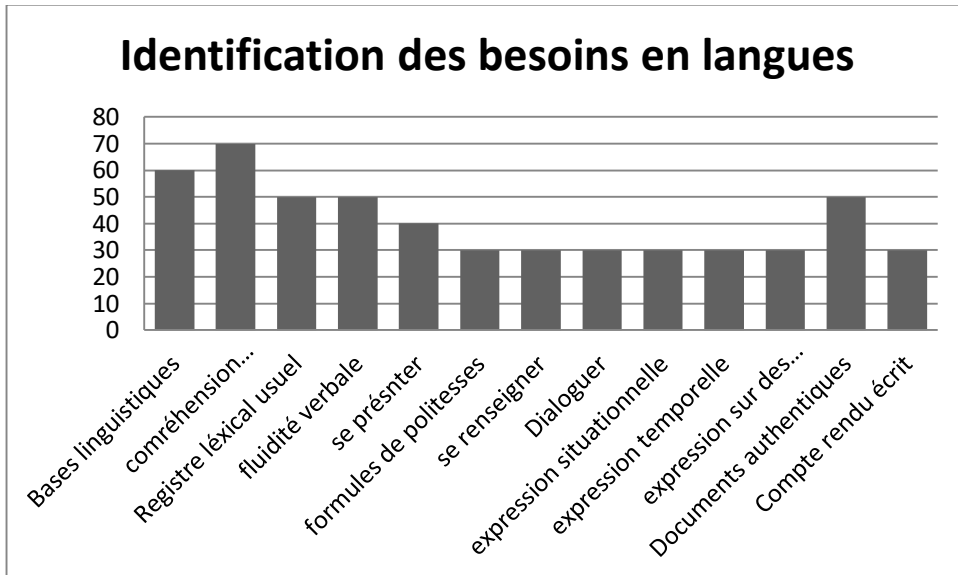
### **4.1. Identification des besoins langagiers**

Notre enquête a débuté avec une question sur la langue dans laquelle nos enquêtés ont été scolarisés .Plus de 40% des enquêtés ont affirmé qu'ils étaient scolarisés en arabe ,30% affirment avoir suivi une scolarisation en français, les autres affirment l'avoir été en bilingue, français/ arabe. Ensuite, nous avons voulu savoir si les employés ont suivi une quelconque formation en langues .Il s'avèrent que plus de la majorité 60% n'ont suivi aucune formation en langue. Nous nous sommes attelé à identifier en détail les

## Pour une analyse des besoins langagiers chez des employés du showroom Autoval Bejaia

besoins en langue de ces employés. Pour cela, nous leur avons fourni un certain nombre de besoins en langue qui pourraient les intéresser.

**Figure N°1 : identification des besoins en langues**



Cette présentation graphique nous permet de constater que la majorité des employés expriment leurs besoins de maîtriser les bases linguistiques de la langue (60%), notamment du français. Ils affirment avoir besoin d'une maîtrise de l'orthographe et de la syntaxe de la langue française. La majorité d'entre eux (70%), souhaite développer leurs capacités de compréhension et d'appropriation à l'écrit et l'oral. Un grand nombre (50%) de nos enquêtés souhaitent également enrichir leur lexique usuel et à partir de là, soigner la fluidité verbale. Ils souhaitent être capables de présenter, présenter leurs activités. Un nombre assez important (30%) d'entre eux souhaitent développer des compétences où ils seront en mesure d'identifier des formules usuelles de politesse 30%, se renseigner, poser des questions 30%, répondre à une demande d'information dialoguée 30%, s'exprimer sur des situations 30%, s'exprimer sur des notions de temps, durée, délais 30%, s'exprimer sur des quantités, des prix 30%, rendre compte par écrit et enfin lire et comprendre des documents relatifs à la vie quotidienne 50%.

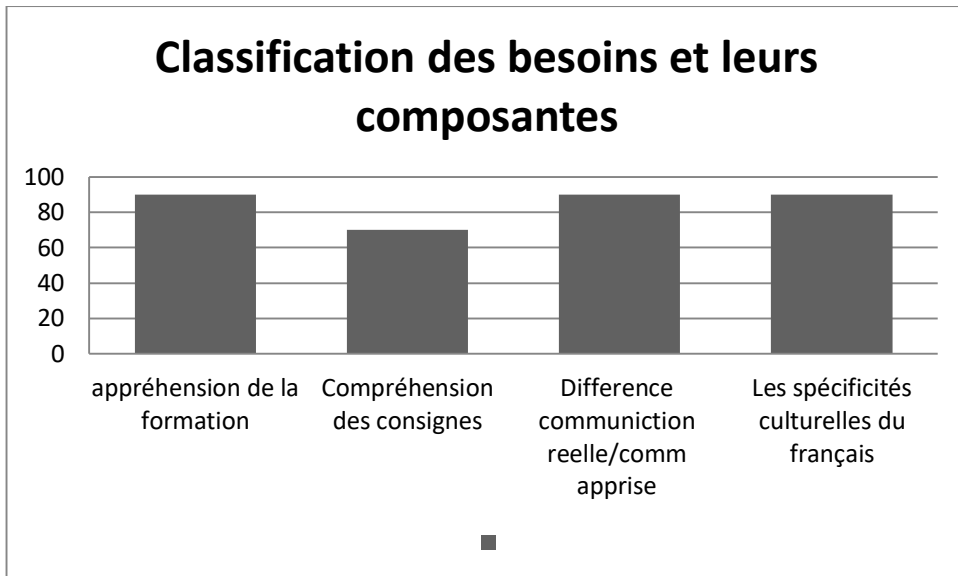
Ces pourcentage révèlent nettement que les besoins exprimés par les employés sont d'ordre individuels et sociaux (Richterich, 1972) liés à la profession dans la mesure où ils ne souhaitent pas seulement identifier des formules de politesse usuelles pour communiquer avec les clients ou pour répondre à des injonctions hiérarchiques mais ils souhaitent aussi maîtriser les systèmes de la langue .

#### **4.2. Classification des besoins et leurs composantes**

Dans le processus d'élaboration des formations en langues pour les adultes, les acteurs impliqués ont une vision différente sur les objectifs et les modalités d'enseignement. En effet, par exemple, si les promoteurs d'un cours de langue sont des responsables d'entreprises, ils peuvent souhaiter obtenir des résultats immédiats et directs ; les enseignants de leur côté peuvent privilégier les méthodologies d'enseignement qu'ils tiennent pour efficaces (approche par les compétences , perspectives actionnelles...) .Quant aux apprenants ,ils appréhendent souvent leur besoin à travers leurs expériences antérieures de l'enseignement /apprentissage .Nous voulons à travers ce second critère concernant la composante des besoins en langues des employés de cette entreprise, dégager les compétences qu'ils recherchent et tenter d'entamer une réflexion sur une éventuelle formation en harmonie avec les attentes et des besoins des uns et des autres (responsables d'entreprises , enseignants, apprenants/adultes).

**Figure N°2 : les besoins et leurs composantes**

## Pour une analyse des besoins langagiers chez des employés du showroom Autoval Bejaia



Comme nous pouvons le constater, l'écrasante majorité des employés qui ont suivi une formation en langues ont eu des appréhensions quant à la poursuite de la formation jusqu'au bout. Est ce qu'ils considèrent l'apprentissage des langues comme une tâche difficile ? Ou est ce que les techniques d'apprentissage ne les aident pas à mener à bien leur formation en langues ? Au court de l'exercice de leur fonction au sein de l'entreprise, 20% des employés ne comprennent pas les consignes, un chiffre qui est, à notre sens, considérable et qui pourrait gêner le fonctionnement normal de l'entreprise .La majorité des informateurs disent avoir constaté une différence entre la communication apprise en formation et la communication en situation réelle. La réflexion sur les supports et les activités à mener au cours de la formation en langue s'engage de manière accrue .Notre dernière question qui porte sur l'utilité de l'apprentissage des spécificités culturelles françaises en même temps que sa langue révèle le degré de l'intérêt que nos enquêtés donnent à la dimension culturelle dans l'apprentissage d'une langue notamment le français .

Les résultats de cette analyse ont montré qu'il existe trois composantes de leurs besoins langagiers .D'abord, une composante psycho-affective : elle s'est manifestée lorsque les employés ont exprimé leur appréhension

quant à la poursuite de leur formation en langue. En effet, Les difficultés qu'on peut rencontrer lors d'une formation en langue, ajoutés à de probables techniques pédagogiques peu pertinentes peuvent déstabiliser psychologiquement les candidats à une formation en langue. Ensuite, une composante langagière. Lorsque les employés ont exprimé une différence entre la communication en situation réelle, ils ont posé le problème des activités et des supports dans les formations en langues. Ces dernières doivent permettre le transfert des compétences langagières acquises au cours des formations en dehors des salles de cours et préparer les candidats à affronter plus facilement le monde de l'entreprise. Enfin, dans la composante socioculturelle, les employés ont souligné l'importance de la dimension culturelle .En effet, pour communiquer en langue étrangère, il faut comprendre la culture de cette langue .Il est important de connaître, indépendamment du système linguistique, le système culturel de la langue. L'on peut ne pas comprendre un interlocuteur lors il fait allusion, dans son discours, à une spécificité culturelle, si dans la formation reçu, la dimension culturelle a été omise.

## **5. Conclusion:**

On aura compris que les besoins exprimés par les employés sont des besoins individuels et sociaux :ils veulent non seulement apprendre les règles de la grammaire et du vocabulaire de la langue française, mais aussi, ils veulent l'appropriation de la fluidité verbale et les formules de politesse afin de pouvoir communiquer au mieux avec les clients de l'entreprise et par là même de mener à bien leurs mission au sein de la société.

L'on sait que dans les formations en langues, il existe plusieurs avis sur les objectifs et les modalités de l'enseignement. Cependant, nous pouvons dégager, à la lumière de notre courte analyse, trois composantes principales à prendre en considération lors de l'élaboration d'une formation en langue. Une composante psycho-affective, qui s'est manifestée lorsque les employés ont exprimé des appréhensions par rapport à la poursuite d'une formation en langue jusqu'à son terme et le fait qu'ils aient exprimée une insécurité linguistique quant à l'usage de la langue française. Cette

## **Pour une analyse des besoins langagiers chez des employés du showroom Autoval Bejaia**

---

dimension montre la nécessité de réfléchir sur des techniques pédagogiques à même d'aider les apprenants à ne pas douter et à croire en leurs capacités. Une composante langagière, apparue lorsque les employés ont constaté la différence entre la communication apprise en formation et communication en situation réelle. Ce qui nous interpelle sur les types de supports à utiliser et les activités à mener au cours d'une formation en langue. Et enfin, une composante culturelle, où les employés ont souligné l'importance d'apprendre les spécificités de la langue française en même temps que la langue elle-même.

### **6. Liste Bibliographique:**

- Bailly-Wehrle, A. (2003). « *Enseigner les langues de spécialité, la simulation d'entreprise* » dans *Le français dans le monde* n°333, CLE International, Paris.
- Beacco, J.-C. (dir.) (1992). « *Ethnolinguistique de l'écrit* » dans *Langages* n°105, Larousse, Paris.
- Bernard CERQUIGLINI (2004) *Le français dans le monde, Recherches et Applications : Objectifs spécifiques : de la langue aux métiers*, n° spécial de janvier
- Fouliquié, P. (1971). « *Dictionnaire de langue pédagogique*, », PUF (Quadrige), Paris.
- Lehmann, D. (1993). « *Objectifs spécifiques en langues étrangères* », Hachette, Paris.

- Mangiante, J.-M. et Parpette, C. (2004). *Le Français sur Objectif Spécifique : de l'analyse des besoins à l'élaboration d'un cours*, Hachette f, Paris.
- Mourlhon-Dallies, F. (2006). « *Du Français sur Objectif(s) spécifique(s) au Français Langue Professionnelle (FLP)* » dans *Le Français dans le monde* juillet 2006, CLE International et FIPF, Paris.
- Mourlhon-Dallies, F. (2005). « *Analyse du discours et français sur objectifs spécifiques: des apports réciproques* » dans *Points communs* n°26. Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris.
- Mourlhon-Dallies, F. (2003). « *Former à enseigner le français de spécialité : l'exemple du français médical* » dans *Les Cahiers de l'Asdifle* n°14, « Y a-t-il un français sans objectif(s) spécifique(s)? ». ».
- Mourlhon-Dallies, F. (1996). « *De la description des discours à la construction de l'exposition discursive* » dans *Le discours : enjeux et perspectives*, Hachette, Paris, juillet 1996.
- Richterich, R. (1985). « *Besoins langagiers et objectifs d'apprentissage* », Hachette, Paris.
- Stones, E.(1973). « *Introduction à la psychologie* », Les Editions ouvrières, Paris.
- Radowski, G.H. (1980). « *les jeux du désir* », PUF, Paris.