

**L'Apport des Langues dans le Développement
du Tourisme en Algérie.**

BAICHE ALI _ Université de Tlemcen

**Communication présentée lors du Symposium
International**

**sur le Tourisme Balnéaire et Investissement Touristique en
Algérie : Situation, Formation, Avantages.**

Sous la Direction du Tourisme en Collaboration avec
L'Université

De Formation Continue : Centre de Ain-Temouchent. 21-22
Juin 2006.

Résumé :

Je me propose dans cette communication de montrer que les langues parlées en Algérie : L'arabe , le français , et la compréhension même passive de l'anglais sont d'un apport certain dans la promotion du tourisme en Algérie . C'est-à-dire dans ce sens où nous n'avons pas besoin d'investir pour l'apprentissage des langues internationales pour les besoins du tourisme. Bien entendu, nous pensons que l'extrême urgence de la relance du tourisme est au-delà de la connaissance des langues, par exemple, comment l'Algérie pourrait se faire une destination touristique internationale. Néanmoins les langues et en particulier les langues étrangères sont d'une importance suprême dans le développement du tourisme .

Parler de la dynamique des langues dans un symposium international

essentiellement réservé à l'investissement touristique , au marketing , au concurrence , etc. peut paraître déplacé aux yeux de certains observateurs dans ce contexte plutôt de chiffres et de statistiques . Cependant, si nous avons choisi de parler des langues c'est parce que sans ces dernières, et pour ne donner qu'une seule raison, le développement du tourisme devrait encore investir dans l'apprentissage des langues et en particulier les langues étrangères. Or ces langues existent et sont parlées en Algérie.

Parler donc de connaissance des langues et de leur apport dans le développement du tourisme n'est pas une chose nouvelle mais dans le cas de l'Algérie cela revêt une importance non négligeable ou pratiquement deux langues sont utilisées simultanément et quotidiennement : l'arabe et le français.

Nous pouvons également parler de l'anglais car c'est la langue étrangère (après le français) la plus étudiée dans les institutions scolaires algériennes à tous les niveaux (de l'école primaire à l'université).

Pour prendre l'exemple de l'arabe, d'abord dans sa version dialectale c'est une langue quotidienne des masses, une langue maternelle majoritaire à l'exception des régions où le Tamazight est pratiqué régulièrement . Comme c'est une langue de communication très répandue parmi les gens , les touristes à l'intérieure du pays comme ceux qui

viennent des pays arabes peuvent communiquer sans avoir recours aux interprètes ; car d'une part l'arabe dialectal algérien est un dérivé de l'arabe classique, et d'autre part il a une fonction communicative dans le pays, donc très utilisé . En effet, l'arabe classique en tant que lingua franca (langue franche) peut servir les touristes arabes pour se comprendre mutuellement . Cette intelligibilité mutuelle est une aubaine, voire une situation enviable, permettant d'attirer les touristes du monde

arabe si les institutions touristiques en Algérie oeuvrent beaucoup plus dans la création des écoles de tourisme et la formation du personnel dans tous les domaines en insistant sur les compétences humaines (accueil, restauration, hôtellerie, langues étrangères, etc.). D'ailleurs, dans ce contexte et lors d'une émission de voyage d'études en Algérie, Lozato-Giotart, constate ce qui suit :

Malgré l' image séduisante et reluisante de ce potentiel touristique encore vierge sur l'ensemble des régions, force est de constater un déficit en matière d'accueil, en marketing, en savoir-faire dans l'hôtellerie... Tel est le paradoxe de l'Algérie d'aujourd'hui.

(in MASTER PRO MITT, 2005/2006 :3)

Il est donc dans l'intérêt du tourisme algérien de saisir cet avantage particulier et de développer un tourisme interarabe en tenant compte du fait qu'actuellement la population arabe dépasse les 400 millions de personnes (Tabutin et schoumaker 2005). Ce qui est appréciable.

En outre, l'arabe comme langue de culture arabo-musulmane a un effet d'attrait spécifique pour le touriste arabe qui se sent généralement chez lui (par appartenance à la nation arabe) malgré la différence des coutumes d'un pays à un autre, différence d'ailleurs fort appréciée.

Enfin, la place qu'occupe la langue arabe est donc d'un grand apport dans le développement du tourisme .Cela nous amène à préconiser un tourisme qui pourrait éventuellement attirer des capitaux arabes pour l'investissement dans ce secteur (doté de richesses touristiques naturelles encore vierge) comme dans de nombreux pays arabes tels que : le Maroc , la Tunisie , L'Égypte, et tout récemment le Qatar.

En Algérie nous sommes également en présence d'un public utilisateur du français au quotidien, et malgré le fait que cette langue soit officiellement décrétee langue étrangère, il n'en demeure pas moins qu'elle a une fonction communicative réelle dans la société, existant côte à côte avec l'arabe et appelée à se développer davantage vu le nombre croissant de médias et de publications dans cette langue . Ainsi, créant une situation de bilinguisme généralisé dans la société algérienne. Les touristes européens parlant français n'éprouveront par conséquent, aucune difficulté sur le plan de la communication. Leurs déplacements dans un pays aussi vaste que l'Algérie n'en sera que plus facile et sécurisé car il y a toujours quelqu'un qui parle français en cas de besoin . Reste bien sur, cette volonté à laquelle les responsables du domaine

doivent se consacrer, c'est-à-dire, convaincre les européens à choisir comme destination

touristique l'Algérie. C'est cette dimension qu'il faut développer en faisant connaître à l'étranger les avantages du choix du tourisme dans le nord avec une façade côtière de 1200 Km jalonnée de belles plages comme dans le grand sud de l'Algérie avec ses incroyables richesses en oasis , en dunes , en gravures rupestres , et d'autres vues qui ne finiront jamais de nous étonner .

Il incombe donc aux personnels compétents de ce secteur d'user de

leurs connaissances des sites fabuleux, rares et insolites que les touristes recherchent en Algérie, mettre leur savoir faire pour la distribution des dépliants touristiques très attractifs en plus d'une publicité beaucoup plus développée à l'échelle internationale, et finalement comprendre que c'est un travail de persévérance qui requiert une innovation perpétuelle.

En ce qui concerne la langue anglaise, la scolarisation de la majorité des enfants après l'indépendance a donné l'occasion à un grand nombre de jeunes algériens de comprendre quelques phrases d'anglais. Néanmoins, une minorité, en particulier les élèves ayant atteint le cycle secondaire et les étudiants à l'université parlent un anglais compréhensible leur permettant de comprendre les touristes de différentes nationalités qui utiliseraient l'anglais comme lingua franca dans leurs communications . En plus, la venue des touristes de toutes les parties du monde encourageraient davantage l'apprentissage de cette

langue. Les bases existent, c'est la communication qui manque mais celle-ci s'apprend par le biais des échanges conversationnels.

En résumé, la connaissance des langues est un atout d'une suprême importance. C'est un grand avantage, un apport certain pour le tourisme en Algérie. La situation en termes de langues n'est pas celle d'une nation handicapée, ni même de celle où les langues sont des dialectes internes dont l'utilisation ne dépasse pas leurs frontières. Au contraire, les langues parlées en Algérie sont internationales, et de ce fait, le voyage dans ce pays (et vers ce pays) - pourvu que cela se développe - n'en sera que plus facilité. Nul besoin de se doter de petits livres de traduction ou de guides encombrants. La seule préoccupation pour le développement de ce secteur demeure dans le fait de présenter une belle image du pays par sa diversité, par ses sites touristiques rares et uniques dans le monde, et bien sûr par l'accueil chaleureux et l'hospitalité connus des Algériens.

REFERENCES

- Baiche , A . (1992) . An assessment of the Communicative Approach in Secondary Education in Algeria (1981-1991) .
Unpublished Magister Thesis
University of Oran (1992) .
- Lozato-Giotart , J , P .(2005-2006). "Proposition de Mission de Voyage d'Etudes en Algérie » .
Délégation 2005-2006 MASTER PRO MITT
Université Paris III –Sorbonne Nouvelle .
- Tabutin , D et B. Schoumaker (2005) . « La démographie du monde arabe et du Moyen-Orient des années 1950 aux années 2000 .
Synthèse des changements et bilan statistique . »
in Population , 2005 , n°5-6 , p. 609-724.

