**ALTRALANG Journal**
e-ISSN: 2710-8619 p-ISSN: 2710-7922
**Volume 8 Issue 2 / October 2026 pp. 629-647**

# Le BMC comme révélateur de besoins langagiers mixtes : entre FOS et ESP, vers une didactique plurilingue de l'entrepreneuriat universitaire en Algérie

**Mohamed Rédha Bounaia**[1*]
[1]*University of Oran2 Mohamed Ben Ahmed, Algeria*
bounaia.mohamed@univ-oran2.dz
**Meryem Bounaia**[2]
[2]*University of Constantine 1 frères Mentouri, Algeria*
meryem.bounaia@doc.umc.edu.dz

**Received:** 30/06/2026, **Accepted:** 13/10/2026, **Published:** 31/10/2026

## The BMC as a Revealer of Mixed Language Needs: Between FOS and ESP, Towards a Plurilingual Didactics of University Entrepreneurship in Algeria

**ABSTRACT:** *This article examines the place of languages in university entrepreneurship education in Algeria, within the framework of Ministerial Decree No. 1275, which establishes the "One Degree, One Economic Enterprise" scheme and under which the Business Model Canvas (BMC) stands as an essential component of the final-year project. Originally developed within an English-speaking entrepreneurial environment, the BMC draws on competencies rooted in both French for Specific Purposes (FOS), required for institutional writing and communication, and English for Specific Purposes (ESP), required for specialized terminology and the discursive practices of international entrepreneurship. This research sets out to map the language needs that this tool generates among final-year (Master 2) students. The findings reveal a twofold training need, in both specialized French and specialized English, leading to a proposed integrated didactic approach that brings FOS and ESP together as complementary strands in support of entrepreneurship education.*

**KEYWORDS:** FOS; ESP; entrepreneurship; Business Model Canvas; language needs

**RÉSUMÉ :** *Cet article examine la place des langues dans la formation entrepreneuriale universitaire en Algérie, dans le cadre de l'arrêté ministériel n° 1275, qui institue le dispositif « Un diplôme, une entreprise économique » et au titre duquel le Business Model Canvas (BMC) s'impose comme une composante essentielle du projet de fin d'études. Conçu dans un environnement entrepreneurial anglophone, le BMC mobilise des compétences relevant à la fois du Français sur Objectif Spécifique (FOS), pour la rédaction et la communication institutionnelles, et de l'English for Specific Purposes (ESP), pour la terminologie spécialisée et les pratiques discursives de l'entrepreneuriat international. Cette recherche vise à cartographier les besoins langagiers que cet outil suscite chez des étudiants de fin de cycle (Master 2). Les résultats révèlent un double besoin de formation, en français comme en anglais de spécialité, et conduisent à proposer une approche didactique intégrée, articulant le FOS et l'ESP comme deux démarches complémentaires au service de la formation entrepreneuriale.*

**MOTS-CLÉS :** FOS et ESP ; entrepreneuriat; Business Model Canvas ; besoins langagiers

* Corresponding author
ALTRALANG Journal / © 2026 The Author(s). Published by the University of Oran 2 Mohamed Ben Ahmed, Algeria.
This is an open access article under the CC BY license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

## Introduction

L'Université algérienne connaît aujourd'hui une mutation profonde de ses finalités. Longtemps centrée sur la transmission des savoirs disciplinaires, elle est désormais appelée à devenir un espace d'innovation, de création de valeur et d'accompagnement de l'entrepreneuriat. Cette évolution s'est concrétisée avec l'arrêté ministériel n° 1275 du 27 septembre 2022 instituant le mécanisme *« Un diplôme, une Entreprise économique »*, qui offre aux étudiants en fin de cycle la possibilité de substituer leur mémoire de fin d'études à un projet de création d'entreprise innovante. Au cœur de ce dispositif s'impose le *Business Model Canvas* (BMC), un outil incontournable pour structurer et présenter un projet entrepreneurial.

Si cette réforme traduit une volonté affirmée de rapprocher l'université du monde socio-économique, elle fait également émerger un défi plus discret, mais tout aussi déterminant : celui des compétences langagières nécessaires à la conception et à la présentation d'un projet entrepreneurial. En effet, derrière l'apparente simplicité du Business Model Canvas se cache un ensemble de pratiques discursives, terminologiques et communicationnelles qui dépassent largement la seule maîtrise des connaissances économiques. L'outil exige une mobilisation des ressources linguistiques adaptées à des contextes professionnels, académiques et internationaux.

Conçu par Osterwalder et Pigneur (2013) dans un environnement entrepreneurial anglophone, le Business Model Canvas repose sur une terminologie dont les expressions *value proposition*, *customer segments*, *revenue streams* ou *key partners*, appartiennent pleinement au domaine de l'English for Specific Purposes (ESP). Si les réformes récentes de l'enseignement supérieur algérien tendent à renforcer progressivement la place de l'anglais dans la formation universitaire, les étudiants porteurs de projets demeurent néanmoins confrontés à un écosystème entrepreneurial où le français conserve une fonction opérationnelle importante. Les échanges avec les institutions financières, les cabinets d'expertise comptable, certaines structures d'accompagnement à l'entrepreneuriat, de nombreuses entreprises ainsi qu'une part significative de la documentation professionnelle mobilisent encore largement le français. Dans ce contexte, la rédaction et la présentation d'un Business Model Canvas requièrent non seulement une familiarité avec la terminologie entrepreneuriale anglophone, mais également des compétences en Français sur Objectif Spécifique (FOS), nécessaires pour communiquer efficacement dans les situations professionnelles et institutionnelles où le français demeure une langue de travail.

Cette double exigence contraste avec l'offre actuelle de formation linguistique dans l'enseignement supérieur algérien, encore principalement orientée vers l'acquisition de compétences générales. Si les travaux consacrés au FOS (Mangiante & Parpette, 2004) et à l'ESP (Hutchinson & Waters, 1987) ont largement démontré l'importance d'une analyse fine des besoins langagiers, peu d'études se sont intéressées à leur articulation dans le contexte de l'entrepreneuriat universitaire algérien. En effet, les recherches consacrées au *Business Model Canvas* se sont principalement intéressées à ses dimensions entrepreneuriales et managériales. En revanche, son potentiel comme objet didactique permettant d'analyser les besoins langagiers des étudiants demeure encore peu exploré, en particulier dans une perspective articulant le Français sur Objectif Spécifique (FOS) et l'English for Specific Purposes (ESP).

Certes, la littérature académique récente rend compte des mutations profondes qui traversent actuellement l'université algérienne. Sur le plan institutionnel, Labbani (2024) souligne que l'arrêté n° 1275 opère une rupture majeure dans la politique d'insertion professionnelle en instaurant une dynamique d'université entrepreneuriale inédite. Parallèlement, sur le plan didactique, plusieurs travaux pointent l'inadéquation de l'offre linguistique face aux exigences réelles des étudiants : Rouabah (2023) déplore un enseignement du FOS encore trop généraliste, tandis que Boudersa (2020) et Khalili (2024) relèvent des

lacunes méthodologiques similaires en ESP, un défi d'autant plus pressant avec la généralisation progressive de l'anglais dans l'enseignement supérieur algérien (English Medium Instruction).

Toutefois, si ces recherches éclairent de manière pertinente le nouveau cadre entrepreneurial (Labbani, 2024) et les défaillances de la formation en langues de spécialité (Rouabah, 2023 ; Boudersa, 2020), elles présentent une limite notable : elles demeurent cloisonnées. Elles n'abordent pas ces problématiques de manière croisée et n'interrogent pas les besoins langagiers spécifiques et hybrides (conjuguant FOS et ESP) qu'impose concrètement l'utilisation d'outils standardisés comme le Business Model Canvas. La question de savoir comment outiller linguistiquement l'étudiant-entrepreneur face aux exigences plurilingues de ce nouveau dispositif reste donc entière.

C'est dans cet espace encore peu exploré que s'inscrit la présente recherche. Elle poursuit un double objectif. Le premier consiste à identifier et à cartographier les besoins langagiers des étudiants de Master engagés dans le dispositif « Un diplôme, une Entreprise économique ». Le second vise à montrer que le FOS et l'ESP ne doivent pas être envisagés comme deux approches cloisonnées, mais comme deux composantes complémentaires d'une même compétence langagière au service de l'activité entrepreneuriale.

La problématique qui guide cette étude peut ainsi être formulée de la manière suivante : dans quelle mesure le Business Model Canvas, génère-t-il des besoins langagiers relevant simultanément du Français sur Objectif Spécifique et de l'English for Specific Purposes chez les étudiants de Master2 inscrits dans le mécanisme « *Un diplôme, Une Entreprise économique* », et comment ces besoins peuvent-ils orienter la conception d'un dispositif didactique plurilingue adapté ?

Dans cette perspective, trois questions de recherche orientent notre démarche. La première porte sur les besoins langagiers en Français sur Objectif Spécifique (FOS) que suscite la rédaction du *Business Model Canvas*, notamment sur le plan lexical, discursif et communicationnel. La deuxième s'intéresse aux besoins en *English for Specific Purposes* (ESP), en particulier ceux liés à la maîtrise de la terminologie d'origine du BMC, à la consultation de ressources spécialisées et à la communication entrepreneuriale internationale. Enfin, la troisième interrogation explore les modalités d'articulation entre le FOS et l'ESP dans la rédaction du BMC afin de concevoir un dispositif didactique plurilingue adapté aux exigences du mécanisme « Un diplôme, une Entreprise économique ».

Afin d'apporter des éléments de réponse à ces questions de recherche, l'article déploie progressivement son cheminement scientifique. Il s'ouvre sur un cadre théorique qui met en dialogue les apports du Français sur Objectif Spécifique (FOS), de l'*English for Specific Purposes* (ESP) et du *Business Model Canvas*. Ce cadre conduit à la formulation des hypothèses de recherche, avant que ne soient présentées la méthodologie retenue et les modalités de l'enquête empirique. Les résultats sont ensuite analysés et discutés à la lumière des enjeux didactiques qu'ils révèlent, ouvrant enfin la voie à une réflexion sur les conditions d'une intégration complémentaire du FOS et de l'ESP dans la formation entrepreneuriale universitaire.

## 1. Cadre théorique

### 1.1. Le Français sur Objectif Spécifique (FOS) : fondements et démarche

Le Français sur Objectif Spécifique (FOS) constitue une approche didactique qui s'inscrit dans le domaine des langues de spécialité. Son objectif est d'adapter l'enseignement du français aux besoins de communication propres à un domaine professionnel, universitaire ou institutionnel. Contrairement à une

approche généraliste de la langue, le FOS est conçu à partir des situations de communication que les apprenants seront amenés à rencontrer et des compétences langagières qu'elles requièrent. Comme le soulignent Mangiante et Parpette (2004, p. 18), il s'adresse à des apprenants « spécialistes de leur domaine professionnel ou universitaire, qui souhaitent acquérir des compétences langagières spécifiques pour réaliser un objectif immédiat et précis ». Cette conception prolonge les travaux de Lehmann (1997), qui place les objectifs de communication au cœur de la formation en langues de spécialité, ainsi que ceux de Richterich (1985), pour qui l'analyse des besoins constitue le point de départ de tout dispositif de formation adapté aux usages réels de la langue.

L'émergence du FOS s'inscrit dans une évolution progressive de l'enseignement du français de spécialité. Ses premières formes apparaissent dès les années 1950 sous l'appellation de *Français Scientifique et Technique* (FST), développée pour répondre aux besoins croissants des secteurs scientifiques et techniques. Les travaux de Phal (1971), notamment à travers le *Vocabulaire général d'orientation scientifique*, constituent une étape importante dans cette évolution. À partir de la fin des années 1980, l'appellation *Français sur Objectif Spécifique* s'impose progressivement, en écho au développement de l'*English for Specific Purposes* (ESP), tout en affirmant une démarche didactique centrée sur l'analyse des besoins langagiers, la contextualisation des apprentissages et l'adaptation des contenus de formation (Mourlhon-Dallies, 2015).

L'analyse des usages langagiers constitue ainsi le principe fondateur du FOS. Reprise et approfondie par Mangiante et Parpette (2004), cette démarche s'articule autour de cinq étapes : l'analyse de la demande de formation, l'analyse des besoins, la collecte de données authentiques sur le terrain que les auteurs qualifient de « centre de gravité de la démarche », l'analyse des données recueillies et l'élaboration d'activités pédagogiques fondées sur ces données. La collecte de terrain occupe une place essentielle, car elle permet d'ancrer les contenus de formation dans les pratiques langagières effectivement observées, plutôt que dans des situations hypothétiques ou des supports standardisés.

Cette attention portée aux usages authentiques de la langue constitue l'une des caractéristiques majeures du FOS. Comme le souligne Mourlhon-Dallies (2015), la pertinence d'une formation en langue de spécialité dépend de sa capacité à prendre en compte les pratiques discursives des communautés auxquelles les apprenants sont destinés. Dans cette perspective, le FOS offre un cadre méthodologique particulièrement fécond pour la présente recherche, qui vise à identifier les besoins langagiers suscités par l'utilisation du *Business Model Canvas* dans le contexte de l'entrepreneuriat universitaire algérien.

L'analyse des besoins langagiers ne saurait toutefois se limiter au seul cadre du FOS. Le *Business Model Canvas*, conçu dans un environnement entrepreneurial anglophone, conduit également à mobiliser les apports de l'*English for Specific Purposes* (ESP), qui offre un éclairage complémentaire sur les compétences linguistiques requises par cet outil.

### 1.2. L'English for Specific Purposes (ESP) : origines et spécificités

L'*English for Specific Purposes* (ESP) émerge au cours des années 1960 dans un contexte marqué par l'intensification des échanges internationaux et par l'essor des sciences, des technologies et du commerce. L'affirmation progressive de l'anglais comme langue de communication internationale fait alors apparaître de nouveaux besoins linguistiques auxquels les approches traditionnelles de l'enseignement de la langue ne suffisent plus à répondre. Les travaux pionniers de Halliday (1964) ouvrent la voie à une réflexion sur l'adaptation de l'enseignement de l'anglais aux usages spécialisés, réflexion qui sera systématisée par Hutchinson et Waters (1987). Ces derniers posent les fondements d'une approche centrée sur les besoins

des apprenants et sur les situations de communication auxquelles ils seront confrontés dans leurs environnements académiques ou professionnels.

À l'instar du FOS, l'ESP repose sur le principe selon lequel l'enseignement d'une langue ne peut être dissocié des usages auxquels elle est destinée. Cette orientation conduit Hutchinson et Waters (1987) à distinguer deux catégories complémentaires de besoins : les *target needs*, qui correspondent aux compétences que l'apprenant devra mobiliser dans les situations réelles de communication, et les *learning needs*, qui renvoient aux connaissances, aux stratégies et aux conditions nécessaires à leur acquisition. Cette distinction a profondément renouvelé la didactique des langues de spécialité en plaçant l'analyse des besoins au cœur de la conception des dispositifs de formation.

Cette optique sera enrichie par Dudley-Evans et St John (1998), qui montrent que l'ESP ne se réduit pas à l'enseignement d'un lexique spécialisé. Il implique une compréhension fine des pratiques discursives, des tâches professionnelles et des situations de communication propres à chaque domaine d'activité. L'objectif est ainsi de préparer les apprenants à agir efficacement dans des communautés professionnelles où la langue constitue un véritable outil d'interaction, de négociation et de production de connaissances.

L'un des apports théoriques majeurs de l'ESP réside également dans l'analyse des genres (*genre analysis*), développée par Swales (1990), qui définit le genre comme « un regroupement d'événements communicatifs partageant le même ensemble de buts communicatifs » (p. 58). Cette approche met en évidence les régularités discursives, rhétoriques et lexicales qui caractérisent les productions d'une communauté professionnelle donnée. Elle sera prolongée par Hyland (2014), pour qui les genres constituent des pratiques sociales inscrites dans des communautés discursives, où les choix linguistiques répondent à des finalités communicationnelles précises.

C'est dans cette dynamique que le *Business Model Canvas* peut être appréhendé comme un objet discursif spécialisé mobilisant une terminologie, des catégories conceptuelles et des modes de communication propres à l'écosystème entrepreneurial international. Son appropriation ne suppose donc pas seulement la compréhension d'un vocabulaire technique en anglais ; elle implique également la maîtrise de pratiques discursives spécifiques, telles que la formulation d'une proposition de valeur (*value proposition*), l'identification des segments de clientèle (*customer segments*) ou encore la présentation synthétique d'un modèle économique. Comme le souligne Basturkmen (2010), les besoins en ESP doivent être envisagés dans leur contexte d'usage, en tenant compte des tâches professionnelles que les apprenants auront effectivement à accomplir.

L'ESP offre alors un cadre d'analyse particulièrement pertinent pour comprendre les exigences linguistiques induites par le *Business Model Canvas*. Toutefois, dans le contexte universitaire algérien, ces exigences ne peuvent être dissociées des compétences rédactionnelles en français mobilisées dans la production du mémoire. Cette double inscription linguistique invite dès lors à penser le FOS et l'ESP non comme deux approches concurrentes, mais comme deux cadres complémentaires pour analyser les besoins langagiers des étudiants engagés dans le dispositif « Un diplôme, une Entreprise économique ». Ainsi, si le FOS et l'ESP se sont développés dans des traditions didactiques distinctes, ils convergent autour d'un même principe : adapter l'enseignement des langues aux besoins de communication des apprenants.

### 1.3. FOS et ESP : une distinction opératoire

Le FOS et l'ESP reposent sur une même conviction : l'enseignement des langues gagne en pertinence lorsqu'il est conçu en fonction des besoins réels des apprenants. Bien qu'ils partagent cette orientation commune, ils se sont développés dans des contextes scientifiques différents et privilégient des démarches

méthodologiques qui leur sont propres. Il importe dès lors d'en préciser les principales caractéristiques afin. Le tableau 1 en propose une synthèse.

| Critère | FOS | ESP |
|---|---|---|
| **Origine** | Monde francophone, fin des années 1980 | Monde anglophone, années 1960 |
| **Références fondatrices** | Mangiante & Parpette (2004) ; Phal (1971) | Hutchinson & Waters (1987) ; Swales (1990) |
| **Centration** | Situation de communication réelle et précise | Apprenant et domaine de spécialité |
| **Collecte de données** | Obligatoire — enquête de terrain constitutive | Optionnelle — corpus et manuels disponibles |
| **Matériaux pédagogiques** | Construits à partir du terrain | Manuels existants adaptés au public |

Tableau 1. Comparaison opératoire entre FOS et ESP (élaboration propre, d'après Mangiante & Parpette, 2004 ; Hutchinson & Waters, 1987)

Loin de s'opposer, le FOS et l'ESP sont mobilisés dans cette recherche comme deux approches complémentaires, chacune apportant un éclairage spécifique sur les exigences langagières du *Business Model Canvas*. Leur mise en relation permet ainsi de saisir la pluralité des compétences linguistiques et discursives que requiert cet outil dans le contexte universitaire algérien.

### 1.4. Le Business Model Canvas : d'un outil de gestion à un genre discursif

Conçu par Osterwalder et Pigneur (2013), le *Business Model Canvas* (BMC) s'est progressivement imposé comme l'un des outils de référence de la planification stratégique et de la conception de modèles économiques. Sa force réside dans une représentation visuelle qui offre une lecture synthétique des principales composantes d'un projet entrepreneurial. Le BMC s'organise autour de neuf blocs interdépendants : la proposition de valeur (*Value Proposition*), les segments de clientèle (*Customer Segments*), les canaux (*Channels*), les relations avec les clients (*Customer Relationships*), les sources de revenus (*Revenue Streams*), les ressources clés (*Key Resources*), les activités clés (*Key Activities*), les partenaires clés (*Key Partners*) et la structure des coûts (*Cost Structure*). Cette architecture favorise une compréhension globale du projet et facilite les échanges entre les différents acteurs de l'écosystème entrepreneurial, qu'il s'agisse des porteurs de projet, des investisseurs, des incubateurs ou, dans le contexte universitaire, des jurys d'évaluation.

Réduire le *Business Model Canvas* à un simple outil de gestion serait toutefois méconnaître sa dimension langagière. Chacun de ses blocs mobilise une terminologie spécialisée, des catégories conceptuelles et des modes d'organisation du discours qui traduisent une manière spécifique de penser et de présenter un projet entrepreneurial. Son appropriation ne repose donc pas uniquement sur la maîtrise de concepts en management ; elle implique également la capacité à comprendre un lexique spécialisé, à construire un discours cohérent et à adapter sa communication aux attentes de différents interlocuteurs.

Cette dimension prend une résonance particulière dans le contexte universitaire algérien. Bien que le BMC soit généralement rédigé en français dans le cadre du mémoire de fin d'études, il demeure profondément ancré dans un univers entrepreneurial façonné par l'anglais, dont il conserve la terminologie et les référents conceptuels. Les étudiants sont ainsi amenés à naviguer entre deux espaces linguistiques complémentaires : le français, langue de rédaction et de validation institutionnelle, et l'anglais, langue d'origine de l'outil et de nombreuses ressources mobilisées dans le domaine de l'innovation. Le *Business Model Canvas* apparaît dès lors comme un objet didactique hybride, dont l'étude éclaire les besoins langagiers situés au croisement du Français sur Objectif Spécifique (FOS) et de l'*English for Specific*

*Purposes* (ESP). C'est précisément cette double inscription linguistique qui fonde l'originalité de la présente recherche.

Au-delà de sa fonction de planification stratégique, le *Business Model Canvas* peut être appréhendé, dans une perspective didactique, comme un véritable genre discursif professionnel, au sens où l'entendent Beacco (2008) et Mourlhon-Dallies (2015). Loin d'être un simple support de gestion, il organise un ensemble de pratiques communicationnelles qui mobilisent des compétences langagières variées. Élaborer une proposition de valeur suppose de savoir argumenter et convaincre ; définir les segments de clientèle conduit à décrire, catégoriser et caractériser ; présenter les canaux, les ressources ou les activités clés exige d'expliquer, de hiérarchiser et de structurer l'information ; enfin, la présentation des coûts et des sources de revenus fait appel à des compétences de quantification, de projection et de justification. Le BMC apparaît ainsi comme un espace où s'articulent étroitement réflexion stratégique, organisation du discours et maîtrise de la langue.

Sa spécificité réside toutefois dans sa double inscription linguistique. S'il est généralement rédigé en français dans le contexte universitaire algérien, il demeure fondé sur une terminologie élaborée en anglais et largement utilisée au sein des écosystèmes entrepreneuriaux internationaux. Les étudiants sont ainsi conduits à évoluer entre deux univers linguistiques complémentaires : le français, langue de rédaction, d'argumentation et de validation institutionnelle, et l'anglais, langue des concepts fondateurs, des ressources spécialisées et des échanges professionnels. Cette coexistence confère au *Business Model Canvas* une nature didactique singulière, qui justifie de mobiliser conjointement les apports du Français sur Objectif Spécifique (FOS) et de l'*English for Specific Purposes* (ESP) pour analyser les besoins langagiers qu'il fait émerger.

### 1.5. L'arrêté 1275 : un cadre institutionnel inédit

L'Arrêté ministériel n° 1275 (modifié et complété par l'Arrêté n° 008) instaure en Algérie le mécanisme *« Un diplôme, un projet innovant / Une Startup / une entreprise économique ».* Ce cadre réglementaire permet aux étudiants en Licence (L3) et Master (M2) de remplacer le mémoire classique par la création d'une entreprise économique, introduisant un contexte de formation inédit au sein de l'université algérienne.

Du point de vue du FOS, ce mécanisme définit une situation-cible particulièrement propice à l'analyse des besoins langagiers : le public visé est clairement identifié (les étudiants de fin de cycle engagés dans le dispositif), l'objectif est explicitement formulé (concevoir un Business Model Canvas et une fiche technique de projet) et le contexte d'action est précisément circonscrit par un cadre institutionnel et pédagogique. Cette configuration répond pleinement aux principes méthodologiques du FOS, fondés sur l'identification d'une situation de communication authentique.

Du point de vue de l'English for Specific Purposes (ESP), cette même situation-cible met en évidence des besoins complémentaires liés à la compréhension et à la mobilisation de la terminologie entrepreneuriale internationale. La conception du BMC suppose en effet de maîtriser des concepts et des expressions issus de l'écosystème entrepreneurial anglophone, mais également d'accéder à une littérature scientifique, à des ressources numériques et à des outils professionnels majoritairement disponibles en anglais. L'ESP apparaît ainsi comme un levier permettant aux étudiants de s'approprier le langage spécialisé de l'entrepreneuriat et de s'insérer dans un environnement entrepreneurial international.

Cette formalisation constitue un terrain privilégié pour l'identification des compétences linguistiques et discursives mobilisées dans la réalisation du projet entrepreneurial. Pourtant, si l'arrêté précise les attendus académiques et entrepreneuriaux, il demeure silencieux sur les moyens d'accompagner les

étudiants dans l'acquisition des compétences langagières qu'ils supposent. Aucun dispositif spécifique n'est prévu, ni pour le développement des compétences rédactionnelles en français, ni pour l'appropriation de la terminologie et des usages spécialisés de l'anglais. C'est précisément dans cet espace, situé à l'intersection des exigences institutionnelles et des besoins linguistiques des étudiants, que s'inscrit la présente recherche.

## 2. Hypothèses de recherche

Les hypothèses de cette recherche prennent appui sur les principaux travaux consacrés au Français sur Objectif Spécifique (Mangiante & Parpette, 2004), à l'*English for Specific Purposes* (Hutchinson & Waters, 1987 ; Swales, 1990), ainsi qu'à la didactique des langues à des fins professionnelles (Mourlhon-Dallies, 2015). Elles s'appuient également sur une première lecture du contexte universitaire algérien, marqué par la mise en œuvre de l'arrêté ministériel n° 1275. Ensemble, ces éléments conduisent à la formulation d'une hypothèse générale, déclinée en six hypothèses secondaires destinées à orienter l'enquête empirique.

### 2.1. Hypothèse centrale

Le *Business Model Canvas*, en tant qu'objet didactique institutionnalisé par l'arrêté ministériel n° 1275 , génère des besoins langagiers complémentaires relevant à la fois du Français sur Objectif Spécifique (FOS) et de l'*English for Specific Purposes* (ESP). Ces besoins concernent, d'une part, la maîtrise des compétences rédactionnelles requises pour la production du mémoire en français et, d'autre part, l'appropriation de la terminologie et des pratiques discursives de l'entrepreneuriat en anglais.

### *2.2.* Hypothèses secondaires relatives aux besoins FOS

La première hypothèse postule que les étudiants de Master inscrits dans le dispositif « Un diplôme, une Entreprise économique » devraient présenter des besoins significatifs en matière de compétences lexicales en français de spécialité, notamment pour mobiliser avec précision la terminologie propre aux différents blocs du *Business Model Canvas* dans leurs productions écrites. La deuxième hypothèse suppose que les besoins en Français sur Objectif Spécifique (FOS) devraient concerner plus particulièrement les compétences discursives mobilisées dans la rédaction du *Business Model Canvas*, telles que l'argumentation d'une proposition de valeur, la caractérisation des segments de clientèle, la présentation des ressources et activités clés ou encore la justification de la structure des coûts et des sources de revenus. Quant à la troisième, elle considère que les enseignements de français actuellement dispensés à l'université algérienne ne répondraient que partiellement aux exigences linguistiques et discursives liées à la rédaction d'un *Business Model Canvas*, laissant apparaître des besoins de formation spécifiques dans le cadre du dispositif « Un diplôme, une Entreprise économique ».

### 2.3. Hypothèses secondaires relatives aux besoins ESP

Les hypothèses relatives à l'*English for Specific Purposes* (ESP) s'articulent autour de trois propositions. La première postule que les étudiants engagés dans le dispositif « Un diplôme, une Entreprise économique » éprouvent des difficultés à s'approprier la terminologie anglaise du *Business Model Canvas*. Au-delà de la simple connaissance des équivalents français, ces difficultés concerneraient également la compréhension des nuances conceptuelles véhiculées par les termes originaux. La deuxième avance que les besoins en *English for Specific Purposes* se concentrent principalement autour de trois dimensions : la maîtrise de la terminologie propre aux neuf blocs du *Business Model Canvas*, la consultation et l'exploitation de ressources spécialisées disponibles en anglais, ainsi que la communication dans des contextes entrepreneuriaux à dimension internationale. Quant à la dernière proposition, elle suppose que les enseignements d'anglais actuellement dispensés à l'université algérienne, essentiellement orientés vers une

formation généraliste, répondent imparfaitement aux exigences de l'anglais de spécialité mobilisé par le *Business Model Canvas*. Cette situation laisserait ainsi apparaître des besoins de formation spécifiques, complémentaires de ceux identifiés dans le champ du Français sur Objectif Spécifique (FOS).

## 3. Objet et objectif de la recherche

### 3.1. Objet de l'étude

La présente recherche a pour objet d'analyser les besoins langagiers mobilisés par la rédaction du *Business Model Canvas* chez les étudiants de Master inscrits dans le dispositif « Un diplôme, une Entreprise économique », institué par l'arrêté ministériel n° 1275 du 27 septembre 2022. Elle s'intéresse plus précisément aux compétences requises en Français sur Objectif Spécifique (FOS) et en *English for Specific Purposes* (ESP), dans la mesure où cet outil entrepreneurial mobilise simultanément des pratiques rédactionnelles en français et une terminologie spécialisée d'origine anglaise.

Cette analyse s'inscrit à l'intersection de plusieurs dimensions complémentaires. Sur le plan linguistique, elle porte sur les besoins lexicaux, discursifs et communicationnels associés à l'élaboration du *Business Model Canvas*. Sur le plan didactique, elle considère le BMC comme un genre discursif professionnel hybride, situé au croisement du FOS et de l'ESP. Sur le plan institutionnel, elle prend appui sur le cadre instauré par l'arrêté ministériel n° 1275, qui confère au *Business Model Canvas* un statut réglementaire dans les parcours universitaires. Enfin, sur le plan populationnel, elle concerne les étudiants de Master engagés dans ce dispositif, toutes filières confondues.

Il est à signaler que le propos de cette étude ne consiste ni à comparer les systèmes d'enseignement supérieur ni à évaluer la politique nationale de promotion de l'entrepreneuriat universitaire. Il vise plus modestement, mais plus précisément, à comprendre comment l'institutionnalisation du *Business Model Canvas* fait émerger de nouveaux besoins langagiers et quelles réponses didactiques peuvent être envisagées pour accompagner les étudiants dans leur formation entrepreneuriale.

### 3.2. Objectif de la recherche

L'objectif général de cette recherche est d'identifier ainsi que de cartographier les besoins langagiers en Français sur Objectif Spécifique (FOS) et en *English for Specific Purposes* (ESP) mobilisés par la rédaction du *Business Model Canvas* chez les étudiants de Master inscrits dans le dispositif « Un diplôme, une Entreprise économique », institué par l'arrêté ministériel n° 1275. À partir de cette analyse, l'étude ambitionne de dégager des orientations didactiques susceptibles d'accompagner plus efficacement la formation linguistique des étudiants-entrepreneurs. Cet objectif général se décline en quatre objectifs spécifiques, présentés dans le tableau 2.

| Type d'objectif | Énoncé |
|---|---|
| **Objectif général** | Identifier, mesurer et cartographier les besoins langagiers en français (FOS) et en anglais (ESP) des étudiants Master inscrits dans le mécanisme 1275, afin de proposer un dispositif didactique plurilingue adapté à la rédaction du BMC. |
| Objectif spécifique 1 | Mesurer le niveau de maîtrise des compétences lexicales, discursives et communicatives en français professionnel chez les étudiants-entrepreneurs inscrits dans le mécanisme 1275. |

| Type d'objectif | Énoncé |
|---|---|
| Objectif spécifique 2 | Évaluer le niveau de maîtrise de la terminologie anglaise d'origine du BMC, la capacité à exploiter des ressources entrepreneuriales en anglais et à communiquer en anglais dans des contextes entrepreneuriaux internationaux. |
| Objectif spécifique 3 | Comparer les besoins FOS et ESP par bloc du BMC pour produire une cartographie différentielle des lacunes langagières selon les dimensions du canevas. |
| Objectif spécifique 4 | Formuler, à partir des résultats empiriques, les principes et l'architecture d'un dispositif didactique modulaire articulant FOS et ESP pour la formation des étudiants-entrepreneurs. |

Tableau 2. Objectif général et objectifs spécifiques de la recherche (élaboration propre)

## 4. Méthode de recherche

### 4.1. Cadre épistémologique et type de recherche

La présente recherche s'inscrit dans une démarche méthodologique mixte, au sens de Johnson et Onwuegbuzie (2004), qui articule des outils quantitatifs et une interprétation qualitative des résultats. Ce choix méthodologique répond à la nature même de l'objet étudié : si l'identification et la hiérarchisation des besoins langagiers nécessitent le recours à des données quantitatives, leur compréhension suppose également une lecture didactique éclairée par les cadres théoriques du Français sur Objectif Spécifique (FOS) et de l'*English for Specific Purposes* (ESP).

Sur le plan méthodologique, cette étude relève d'une recherche empirique à visée descriptive et analytique. Elle est empirique dans la mesure où elle s'appuie sur des données recueillies directement auprès des étudiants concernés ; descriptive, parce qu'elle cherche à dresser une cartographie des besoins langagiers associés à la rédaction du *Business Model Canvas* ; analytique, enfin, puisqu'elle interprète les résultats obtenus à la lumière des modèles théoriques mobilisés et du contexte institutionnel dans lequel s'inscrit le dispositif « Un diplôme, une Entreprise économique ».

### 4.2. Population et échantillon

La présente recherche s'intéresse aux étudiants de Master 2 engagés dans le dispositif « Un diplôme, une Entreprise économique », institué par l'arrêté ministériel n° 1275 au sein de l'université 8 Mai 1945 de Guelma (Algérie). Ce choix se justifie par le fait que ces étudiants sont directement confrontés à la conception et à la rédaction d'un Business Model Canvas, expérience qui les place au cœur des enjeux linguistiques et didactiques examinés dans cette étude.

L'échantillon a été constitué selon une stratégie d'échantillonnage intentionnel (purposive sampling) (Creswell, 2017). Ont ainsi été retenus les étudiants ayant déjà élaboré, ou étant en cours d'élaboration, d'un Business Model Canvas. Ce critère de sélection visait à recueillir des données fondées sur une expérience effective de l'outil, condition essentielle pour appréhender avec justesse les besoins langagiers associés à son utilisation.

Le corpus de la recherche est constitué des réponses au questionnaire décrit en 4.3, administré à 100 étudiants de Master 2. Soixante d'entre eux l'ont retourné, soit un taux de réponse de 60 %. Ces réponses ont été saisies et traitées sous IBM SPSS Statistics (version 27) et constituent la base des moyennes et des écarts-types présentés en 5. Selon leur domaine de formation, les 60 répondants se répartissent comme suit : 18 en Mathématiques et informatique (30,0 %), 16 en Sciences et technologie (26,7 %), 14 en Sciences

économiques, commerciales et de gestion (23,3 %), 8 en Biologies (13,3 %) et 4 en Sciences humaines et sociales (6,7 %). Compte tenu du caractère intentionnel de l'échantillon et de sa taille, les résultats valent pour ce groupe d'étudiants et ne sauraient être généralisés à l'ensemble des étudiants engagés dans le dispositif.

### 4.3. Instrument de collecte des données

D'une part, les données ont été recueillies au moyen d'un questionnaire composé exclusivement d'items fermés, construits selon une échelle de Likert à cinq modalités, allant de *1,* signifiant *Pas du tout d'accord* à *5,* signifiant *Tout à fait d'accord*. Le recours à cet instrument répond à la nature même de l'étude, qui vise à identifier et à hiérarchiser les besoins langagiers des étudiants à partir d'indicateurs quantifiables. Il présente également l'avantage de faciliter l'administration du questionnaire auprès d'un large public étudiant tout en permettant des comparaisons systématiques entre les dimensions relevant du Français sur Objectif Spécifique (FOS) et de l'*English for Specific Purposes* (ESP) (Dörnyei & Taguchi, 2009). D'autre part, le questionnaire comprend quarante items répartis en trois sections thématiques, précédées d'une rubrique consacrée aux informations sociodémographiques des participants. L'organisation générale de l'instrument est présentée dans le tableau 3.

| Partie | Intitulé | N° items | Dimensions mesurées |
|---|---|---|---|
| **P2** | **Besoins langagiers en français (FOS)** | 16 items | Lexicale, discursive, communicative, formation perçue |
| **P3** | **Besoins langagiers en anglais (ESP)** | 19 items | Terminologie BMC, ressources en ligne, pitch, interaction internationale, formation perçue |
| **P4** | **Perception globale comparée FOS/ESP** | 5 items | Utilité comparée des deux langues ; adhésion à un dispositif bilingue |

Tableau 3. Structure et contenu du questionnaire (élaboration propre)

### 4.4. Procédure d'administration

Afin de recueillir les données nécessaires à cette étude, le questionnaire est administré en ligne à l'aide de Google Forms. Son lien de diffusion est transmis aux étudiants concernés par l'intermédiaire des principaux relais institutionnels, notamment les responsables pédagogiques du « pôle pro », les maisons de l'entrepreneuriat et les groupes universitaires de communication au sein de l'université Guelma. Ce mode d'administration a été retenu en raison de sa simplicité de mise en œuvre, de la garantie d'anonymat qu'il offre aux participants et de la possibilité d'exporter directement les réponses vers un tableur en vue de leur traitement statistique. En vue de ne pas exclure les étudiants disposant d'un accès limité à Internet, une version imprimée du questionnaire est également mise à leur disposition. Cette double modalité de passation vise à favoriser une participation plus large tout en assurant des conditions de recueil homogènes.

### 4.5. Traitement et analyse des données

Après leur collecte, les données sont traitées et analysées à l'aide du logiciel IBM SPSS Statistics. L'analyse reposera principalement sur des statistiques descriptives destinées à mettre en évidence les besoins langagiers exprimés par les étudiants. Les fréquences, les pourcentages, les moyennes et les écarts-types seront calculés pour chacun des items ainsi que pour les différentes dimensions du questionnaire. À des fins d'interprétation, un score moyen inférieur à 3,00/5 sera considéré comme révélateur d'un besoin de formation important, tandis qu'un score supérieur à 3,50/5 sera interprété comme le signe d'une compétence

globalement maîtrisée. Une analyse comparative sera ensuite conduite afin de mettre en regard les besoins relevant du Français sur Objectif Spécifique (FOS) et de l'*English for Specific Purposes* (ESP). Cette comparaison permettra d'identifier les domaines les plus sensibles ainsi que la répartition des besoins selon les différents blocs du *Business Model Canvas*. Enfin, la fiabilité de l'instrument sera évaluée à l'aide du coefficient Alpha de Cronbach (Cronbach, 1951), couramment utilisé pour apprécier la cohérence interne des questionnaires à échelle de Likert.

## 5. Résultats attendus et discussion

Dans le prolongement du cadre théorique et des hypothèses formulées précédemment, cette section présente les tendances que l'enquête est susceptible de mettre en évidence à partir des données recueillies. Ces résultats attendus s'appuient sur les travaux consacrés au (FOS), à (ESP), ainsi que sur le contexte institutionnel créé par l'arrêté ministériel n° 1275. Ils ont pour vocation d'éclairer les hypothèses et d'esquisser les principales implications didactiques susceptibles d'émerger de l'analyse empirique.

Les tableaux 4 et 5 qui suivent présentent, pour le FOS puis pour l'ESP, les moyennes et écarts types obtenus auprès des étudiants de Master 2 interrogés.

### 5.1. Des besoins en Français sur Objectif Spécifique appelés à se confirmer

Les résultats relatifs aux besoins langagiers en français sont présentés dans le tableau 4. Les moyennes obtenues sur les trois dimensions retenues permettent d'apprécier l'intensité avec laquelle les étudiants de Master 2 interrogés perçoivent leurs propres besoins en matière de rédaction professionnelle en français dans le cadre de la rédaction du BMC.

| Besoins FOS | Moyenne | Écart type | Évaluation |
|---|---|---|---|
| Besoins lexicaux — vocabulaire professionnel | 2,6333 | 0,72846 | Neutre |
| Besoins discursifs — rédaction et structuration | 2,4933 | 0,61337 | Pas d'accord |
| Besoins par rubrique du BMC — difficultés en français | 2,5630 | 0,46733 | Pas d'accord |

Tableau 4. Besoins langagiers en (FOS) — Étudiants de Master 2 (Source : SPSS, version 27)

Les trois moyennes obtenues pour le FOS se situent dans un intervalle relativement resserré, compris entre 2,49 et 2,63, à proximité du seuil séparant la neutralité du désaccord. Cette faible dispersion révèle une tendance assez homogène : les étudiants ne déclarent pas éprouver de difficultés majeures en français, sans pour autant manifester une réelle confiance dans leurs capacités à mobiliser cette langue dans un contexte entrepreneurial. Leurs réponses traduisent davantage une perception de compétence partielle qu'un sentiment de maîtrise affirmée. Les écarts-types, tous inférieurs à 0,73, confirment que cette perception est largement partagée au sein de l'échantillon et ne résulte pas de situations individuelles isolées.

Deux dimensions apparaissent néanmoins plus sensibles : la capacité à rédiger et à structurer un discours cohérent, ainsi que l'aisance face aux différentes rubriques du *Business Model Canvas*, dont les scores se situent du côté du désaccord. À l'inverse, la maîtrise du vocabulaire spécialisé semble légèrement moins problématique. Ce résultat est riche d'enseignements. Il suggère que les difficultés rencontrées tiennent moins à la connaissance des termes qu'à leur mise en discours. Autrement dit, ce n'est pas le lexique qui fait principalement obstacle, mais la capacité à organiser, articuler et développer une argumentation

adaptée aux exigences du document entrepreneurial. Cette observation rejoint les analyses de Mangiante et Parpette (2004), pour qui la maîtrise d'un vocabulaire spécialisé ne garantit pas, à elle seule, la capacité à produire un discours professionnel pertinent. Entre la connaissance des mots et leur mobilisation dans une situation de communication authentique s'intercale tout un travail de construction discursive, que les résultats de cette enquête mettent particulièrement en évidence.

Ces résultats invitent enfin à replacer les besoins observés dans le contexte plus large de la formation linguistique en Algérie. Bien que le français occupe une place importante dans les parcours scolaires et universitaires et demeure, dans de nombreuses filières, une langue d'enseignement ou de travail, cette exposition prolongée ne semble pas suffire à préparer les étudiants aux exigences d'une écriture professionnelle telle que celle du *Business Model Canvas*. L'écart mis en évidence ne renvoie donc pas à une insuffisance du français en tant que langue d'enseignement, mais à la différence entre un apprentissage général de la langue et les compétences discursives spécifiques qu'exige une situation de communication professionnelle. C'est précisément dans cet espace que le Français sur Objectif Spécifique trouve toute sa légitimité : non pas enseigner un autre français, mais accompagner les apprenants dans l'appropriation des usages de la langue propres à un contexte déterminé.

### *5.2.* Des besoins en ESP centrés sur les usages de l'entrepreneuriat

Le tableau 5 présente les résultats obtenus pour les besoins langagiers en anglais. Les trois dimensions mesurées permettent d'évaluer dans quelle mesure les étudiants de Master 2 perçoivent leurs besoins en anglais de spécialité dans le contexte de la rédaction du BMC, et d'en comparer l'intensité avec les besoins relevés en français.

| Besoins ESP | Moyenne | Écart type | Évaluation |
|---|---|---|---|
| Besoins lexicaux — vocabulaire professionnel | 3,0708 | 0,77308 | Neutre |
| Besoins discursifs — rédaction et structuration | 2,9625 | 0,53446 | Neutre |
| Besoins par rubrique du BMC — difficultés en anglais | 2,8111 | 0,44600 | Neutre |

Tableau 5. Besoins langagiers en anglais (ESP) — Étudiants de Master 2 (Source : SPSS, version 27)

Les trois moyennes obtenues pour l'anglais s'échelonnent entre 2,81 et 3,07, ce qui les situe dans la zone de neutralité de l'échelle. Les étudiants ne déclarent ni rencontrer des difficultés marquées dans l'usage de l'anglais de l'entrepreneuriat, ni en maîtriser pleinement les exigences. Leurs réponses traduisent ainsi une perception mesurée de leurs compétences, sans qu'aucune des dimensions explorées ne se distingue nettement des autres. Les écarts-types, relativement faibles et légèrement décroissants entre le vocabulaire et les différentes composantes du *Business Model Canvas*, témoignent d'une perception globalement homogène au sein de l'échantillon.

Cette apparente neutralité mérite toutefois une attention particulière. Elle peut d'abord s'expliquer par le statut même de l'anglais dans le dispositif étudié. N'étant ni la langue de rédaction du mémoire ni celle de la soutenance, il n'impose pas aux étudiants les mêmes contraintes immédiates que le français. Les besoins qui lui sont associés peuvent ainsi être perçus comme moins pressants. Une autre interprétation, tout aussi plausible, renvoie à la nature des compétences mobilisées. La diffusion internationale du *Business Model Canvas* a largement contribué à familiariser les étudiants avec une partie de sa terminologie anglaise. Cette familiarité demeure cependant souvent superficielle : reconnaître un terme ne signifie pas nécessairement être capable de l'interpréter avec précision, de le mobiliser dans un raisonnement ou de

l'utiliser de manière pertinente dans une situation de communication professionnelle. Cette distinction rejoint les analyses de Hutchinson et Waters (1987), qui différencient la simple reconnaissance des unités lexicales de leur maîtrise effective dans un contexte d'usage.

L'un des enseignements les plus intéressants de cette enquête réside précisément dans cette zone intermédiaire. Une moyenne très faible aurait signalé un besoin explicite de formation ; une moyenne très élevée aurait, au contraire, laissé supposer une compétence largement acquise. La neutralité observée invite à une lecture plus nuancée. Elle suggère que certains besoins demeurent encore peu perceptibles pour les étudiants eux-mêmes, faute d'avoir été véritablement confrontés aux situations de communication auxquelles ces compétences sont destinées. En ce sens, l'absence d'un besoin clairement exprimé ne saurait être interprétée comme l'absence de besoin ; elle peut tout aussi bien révéler une difficulté encore latente, que seule l'expérience d'une situation professionnelle authentique est susceptible de faire émerger.

### *5.3.* Le français et l'anglais, deux intensités différentes pour un même besoin

La comparaison des résultats obtenus en français et en anglais fait apparaître une tendance particulièrement nette. Pour chacune des trois dimensions étudiées, les moyennes relatives au français sont systématiquement inférieures à celles observées pour l'anglais. Autrement dit, les étudiants de Master interrogés perçoivent des besoins plus marqués en Français sur Objectif Spécifique qu'en *English for Specific Purposes*. Ce constat mérite d'être souligné, car il pouvait sembler contre-intuitif au regard de l'origine anglophone du *Business Model Canvas*.

Cette différence semble toutefois s'expliquer moins par les langues elles-mêmes que par la fonction qu'elles occupent dans le dispositif de formation. Le français constitue la langue de la production écrite, de la présentation du projet et de son évaluation. Parce qu'il est directement associé aux exigences académiques, il rend les étudiants plus conscients des compétences qu'ils doivent mobiliser et, par conséquent, des difficultés qu'ils rencontrent. L'anglais, en revanche, occupe encore une place plus discrète dans le parcours de formation. Il est présent à travers la terminologie du *Business Model Canvas*, les ressources documentaires ou certaines pratiques de communication entrepreneuriale, mais il n'est pas, à ce stade, au cœur de l'évaluation universitaire. Cette différence de statut institutionnel pourrait expliquer pourquoi les besoins qui lui sont associés apparaissent moins fortement exprimés. Les résultats obtenus vont ainsi dans le sens de l'hypothèse formulée au début de cette recherche : le BMC mobilise bien les deux langues, mais selon des fonctions et des intensités différentes, ce qui plaide en faveur d'une approche didactique articulant le FOS et l'ESP plutôt que de les envisager séparément.

Ces résultats invitent néanmoins à une interprétation prudente. Les valeurs observées demeurent proches du centre de l'échelle de Likert, où les répondants choisissent fréquemment une position intermédiaire lorsqu'ils éprouvent une certaine hésitation à évaluer leurs propres compétences. À cette réserve s'ajoute le caractère déclaratif du questionnaire, qui renseigne avant tout sur les perceptions des étudiants. C'est pourquoi ces premiers résultats gagneraient à être complétés par d'autres méthodes de recueil, telles que l'analyse de *Business Model Canvas* effectivement rédigés par les étudiants, l'observation de situations de présentation orale ou la conduite d'entretiens semi-directifs. Une telle triangulation permettrait d'enrichir la compréhension des besoins langagiers en confrontant les compétences déclarées aux usages effectifs de la langue dans des situations entrepreneuriales authentiques.

L'analyse des données recueillies permet de statuer explicitement sur les hypothèses formulées en amont de cette étude.

Concernant les hypothèses relatives au Français sur Objectif Spécifique (FOS) :

- La première hypothèse secondaire, postulant que les étudiants présenteraient des besoins significatifs en matière de compétences lexicales en français, est partiellement confirmée. Avec un score moyen de 2,63 (Tableau 4), les étudiants expriment un besoin réel, mais celui-ci n'est pas l'obstacle majeur escompté.
- La deuxième hypothèse secondaire, qui supposait que les besoins FOS se cristalliseraient autour des compétences discursives (argumenter, caractériser, justifier), est en revanche pleinement confirmée. Le score de 2,49 (Tableau 4), qui indique le niveau de difficulté le plus élevé perçu par les répondants, démontre que la véritable difficulté réside dans la mise en discours professionnel et non dans le simple lexique.
- La troisième hypothèse, considérant que les enseignements actuels de français répondent imparfaitement à ces exigences, se trouve ainsi confirmée. L'incertitude globale des étudiants face à la rédaction des rubriques du BMC souligne le besoin d'une ingénierie didactique FOS spécifique au dispositif 1275.

Concernant les hypothèses relatives à l'English for Specific Purposes (ESP) :

- La première hypothèse secondaire, qui avançait que les étudiants éprouveraient des difficultés marquées à s'approprier la terminologie anglaise du BMC, est nuancée, voire partiellement infirmée. La moyenne de 3,07 (Tableau 5) révèle une certaine familiarité de surface avec le lexique entrepreneurial anglophone, les étudiants se situant dans une zone de neutralité plutôt que de difficulté avérée.
- La deuxième hypothèse, affirmant que les besoins ESP se concentraient sur la terminologie, les ressources spécialisées et la communication internationale, est partiellement confirmée. Les scores (compris entre 2,81 et 3,07) traduisent des besoins qui demeurent latents. Comme analysé précédemment, n'étant pas la langue d'évaluation immédiate, l'anglais génère un besoin moins fortement ressenti par les étudiants au moment de l'enquête.
- La troisième hypothèse, postulant l'insuffisance de la formation généraliste en anglais, est confirmée par la modélisation de notre taxonomie (Figure 1), qui met en exergue des besoins discursifs et communicationnels de haut niveau (pitch, négociation) inhérents à l'ESP et non couverts par des cours d'anglais général.

En définitive, l'hypothèse centrale de notre recherche est confirmée : l'institutionnalisation du Business Model Canvas par l'arrêté 1275 génère bien des besoins langagiers complémentaires, articulant le FOS et l'ESP. Toutefois, l'enquête de terrain permet d'affiner cette hypothèse en démontrant que cette complémentarité est asymétrique : le FOS répond à un besoin immédiat et conscientisé de rédaction académique et institutionnelle, tandis que l'ESP répond à un besoin d'immersion (parfois encore sous-estimé par l'étudiant) dans les pratiques discursives de l'écosystème entrepreneurial international.

### 5.5. Vers une taxonomie des besoins langagiers du *Business Model Canvas*

Au-delà des résultats quantitatifs, l'analyse invite à une lecture plus qualitative des besoins langagiers mobilisés par le *Business Model Canvas*. Les données recueillies ne permettent pas seulement d'en mesurer l'intensité ; elles suggèrent également une organisation hiérarchisée des compétences que les étudiants sont appelés à développer. Dans cette perspective, il est possible de proposer une première taxonomie des besoins langagiers associés au BMC, structurée autour de trois niveaux complémentaires : le niveau lexical, le niveau discursif et le niveau communicationnel.

Le premier niveau correspond aux besoins lexicaux. Il renvoie à l'appropriation de la terminologie propre aux neuf blocs du *Business Model Canvas* ainsi qu'au vocabulaire spécialisé de l'entrepreneuriat. Cette dimension constitue le socle des apprentissages. Les résultats de l'enquête montrent d'ailleurs que ces besoins sont ceux qui apparaissent comme les moins fortement ressentis, notamment en anglais, où plusieurs termes semblent avoir acquis une certaine familiarité à force d'être rencontrés dans les formations, les ressources numériques ou les discours consacrés à l'innovation.

Le deuxième niveau est d'ordre discursif. Il concerne la capacité à organiser ces ressources lexicales en fonction d'une intention de communication. Décrire un segment de clientèle, justifier une proposition de valeur, présenter une stratégie de distribution ou expliquer une structure de coûts ne mobilisent pas uniquement des mots spécialisés ; ces tâches exigent également de construire un discours cohérent, argumenté et adapté à la finalité de chaque rubrique. C'est précisément à ce niveau que les besoins apparaissent les plus marqués, en particulier en français. Les résultats confirment ainsi que la principale difficulté réside moins dans la connaissance du lexique que dans sa mise en discours au service d'une communication professionnelle.

Le troisième niveau relève des compétences communicationnelles. Il correspond à la mobilisation des ressources lexicales et discursives dans des situations d'interaction authentiques : présenter un projet devant un jury, répondre aux questions, défendre un choix stratégique, convaincre un partenaire ou réaliser un *pitch* entrepreneurial. Cette dimension constitue le niveau le plus exigeant, puisqu'elle suppose de coordonner, en temps réel, l'ensemble des compétences développées aux niveaux précédents. Si le questionnaire n'en appréhende qu'une partie, elle ouvre néanmoins des perspectives de recherche importantes, notamment pour l'étude de l'anglais du *pitch* entrepreneurial dans des contextes internationaux.

L'intérêt de cette taxonomie réside dans le fait qu'elle s'applique aux deux langues mobilisées par le *Business Model Canvas*. Les résultats suggèrent en effet que le français et l'anglais sollicitent des compétences de même nature — lexicales, discursives et communicationnelles — mais selon des degrés d'intensité différents. Cette complémentarité conforte l'idée défendue tout au long de cette recherche : le FOS et l'ESP ne constituent pas deux démarches parallèles, mais deux modalités d'accompagnement d'un même objet didactique.

Cette lecture trouve un appui théorique dans les travaux de Swales (1990) sur l'analyse des genres. Pour cet auteur, un genre discursif se définit moins par son vocabulaire que par les mouvements rhétoriques (*moves*) qui lui permettent d'accomplir une intention de communication. Considéré sous cet angle, le *Business Model Canvas* apparaît comme un véritable genre professionnel : chaque bloc répond à une fonction discursive spécifique, mettre en valeur une proposition, catégoriser une clientèle, justifier des choix, quantifier des coûts ou anticiper des revenus. Cette approche éclaire directement les résultats obtenus : si les besoins discursifs apparaissent plus fortement que les besoins lexicaux, c'est précisément parce que la maîtrise du BMC suppose avant tout la capacité à produire ces mouvements discursifs, et non la seule connaissance de la terminologie.

La taxonomie proposée dans la Figure 1 constitue ainsi une première tentative de conceptualisation des besoins langagiers liés au *Business Model Canvas* dans le contexte universitaire algérien. Elle devra naturellement être consolidée par l'analyse de corpus de BMC effectivement produits par les étudiants. Elle offre néanmoins un cadre de lecture susceptible d'orienter aussi bien les recherches futures que la conception de dispositifs de formation articulant le FOS et l'*ESP*.

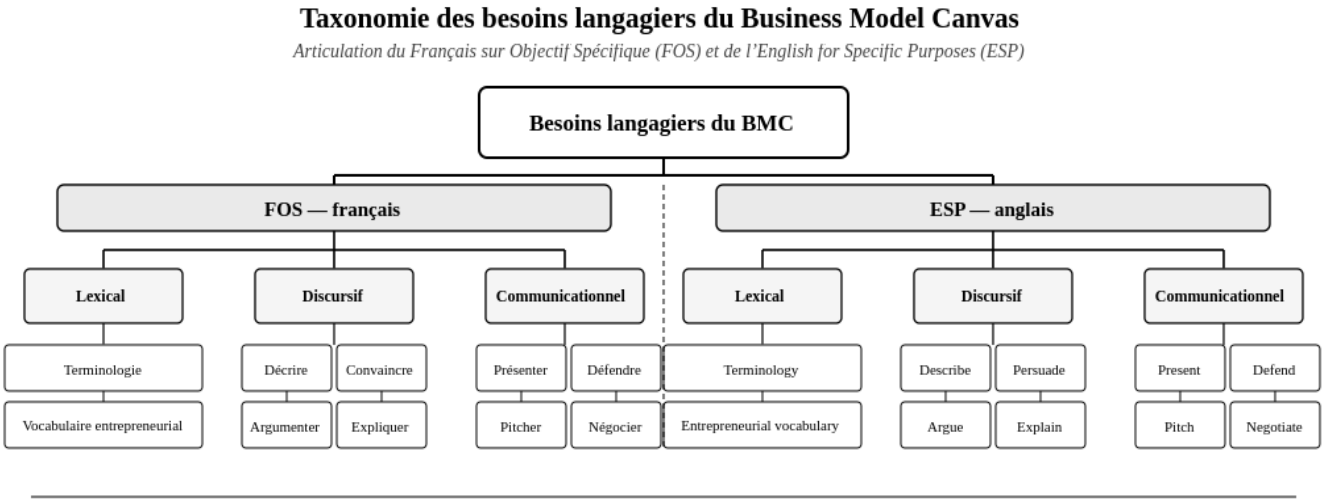



Figure 1 :Elaboration propore, d'après Mangiante & Parpette (2004) et Hutchinson & Waters (1987)

## Conclusion

Cette recherche s'est donnée pour objectif d'examiner les besoins langagiers suscités par l'introduction du *Business Model Canvas* dans le dispositif « Un diplôme, une Entreprise économique », institué par l'arrêté ministériel n° 1275 du 27 septembre 2022. L'analyse théorique conduite met en évidence que cet outil ne constitue pas seulement un support de planification stratégique, mais également un objet didactique singulier, situé au croisement de plusieurs pratiques langagières. Son inscription simultanée dans un cadre institutionnel francophone et dans un univers entrepreneurial largement anglophone fait émerger des besoins qui relèvent à la fois du Français sur Objectif Spécifique (FOS) et de l'*English for Specific Purposes* (ESP).

L'un des principaux apports de cette étude réside dans la proposition d'une lecture articulée de ces deux approches. Plutôt que de les envisager comme des modèles distincts, voire concurrents, cette recherche montre qu'elles répondent à des dimensions complémentaires d'un même objet didactique. Le *Business Model Canvas* apparaît ainsi comme un espace de convergence où les compétences rédactionnelles en français et les usages spécialisés de l'anglais se renforcent mutuellement au service de la formation entrepreneuriale.

Sur le plan didactique, cette réflexion ouvre la voie à la conception de dispositifs de formation intégrés, articulant le FOS et l'ESP autour de situations de communication authentiques. Elle invite également à constituer un corpus de *Business Model Canvas* produits par des étudiants algériens, susceptible d'alimenter des analyses de genres au sens de Swales (1990) et de contribuer à l'élaboration de référentiels de compétences langagières adaptés aux nouvelles exigences de l'entrepreneuriat universitaire.

Enfin, cette étude appelle à prolonger l'investigation par des études empiriques conduites dans différents établissements d'enseignement supérieur et, à plus long terme, par des travaux comparatifs à l'échelle du pays. De telles recherches permettraient d'apprécier la portée de cette approche didactique dans des contextes institutionnels et linguistiques variés, tout en contribuant à une meilleure compréhension des enjeux que soulève l'articulation entre langues de spécialité et formation à l'entrepreneuriat.

Bien que cette recherche permette d'esquisser une première cartographie des besoins langagiers au croisement du FOS et de l'ESP, elle présente certaines limites qu'il convient de souligner : En premier lieu, notre terrain d'investigation s'est concentré exclusivement sur les étudiants de l'Université 8 Mai 1945 de Guelma. L'échantillon, de taille modeste, ne permet pas de généraliser ces observations à l'ensemble du corpus universitaire dans le territoire national. En second lieu, l'échantillon exposé n'est pas exhaustif notamment en ce qui concerne la répartition des réponses selon le domaine et le niveau de la formation universitaire.

De plus, la nature même de l'instrument de collecte constitue une limite inhérente à notre démarche empirique. Le questionnaire administré repose sur un recueil de données déclaratives. Comme nous l'avons esquissé précédemment, les répondants peuvent manifester une certaine hésitation à évaluer leurs propres capacités, créant ainsi un biais potentiel dans la mesure des besoins effectifs.

Enfin, et dans le prolongement de la limite précédente, cette étude s'en tient à l'expression des besoins sans confronter ces derniers aux productions réelles des apprenants. Pour appréhender pleinement les exigences discursives et communicationnelles du BMC, il conviendrait de trianguler ces données quantitatives avec une approche qualitative.

## Références

Basturkmen, H. (2015). *Developing courses in English for specific purposes*. Springer.

Beacco, J. C. (2008). Les cultures éducatives et le Cadre européen commun de référence pour les langues. *Revue japonaise de didactique du français*, *3*(1), 6-18.

Belcher, D. D. (2006). English for specific purposes: Teaching to perceived needs and imagined futures in worlds of work, study, and everyday life. *TESOL quarterly*, *40*(1), 133-156.

Boudersa, N. (2020). ESP Education in Algeria: A Description of the Teaching Situation Scenario with Focus on Problems, Challenges and Training. In *International Arab Journal of English for Specific Purposes*, 3(1). https://doi.org/10.34874/PRSM.iajesp-vol1iss1.14393

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *psychometrika*, *16*(3), 297-334.

Dörnyei, Z., & Taguchi, T. (2009). *Questionnaires in second language research: Construction, administration, and processing*. Routledge.

Dudley-Evans, T., & St John, M. J. (1998). *Developments in English for specific purposes*. Cambridge university press.

Halliday, M. A. K. (1964). *The linguistic sciences and language teaching.* Indiana University Press.

Hutchinson, T., & Waters, A. (1987). *English for specific purposes*. Cambridge university press.

Hyland, K. (2014). English for academic purposes. In *The Routledge companion to English studies* (pp. 392-404). Routledge.

Johnson, R. B., & Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed methods research: A research paradigm whose time has come. *Educational researcher*, *33*(7), 14-26.

Khalili, K. (2025). English for specific purposes teaching practices: Teachers' perspectives. *Journal of Languages and Translation,* 5(2), 75–87. https://doi.org/10.70204/jlt.v5i2.598

Labbani, O. (2024). Politique d'emploi et d'insertion professionnelle des jeunes diplômés en Algérie : l'arrêté n° 1275 « un diplôme/ une startup ». in *Revue de droit comparé du travail et de la sécurité sociale*, (3). https://doi.org/10.4000/12f0w

Lehmann, D. (1997). English for specific purposes (ESP) et français sur objectifs spécifiques (FOS): le préalable du contenu préalable. *ASp. la revue du GERAS*, (15-18), 11-26.

Mangiante, J. M., & Parpette, C. (2004). *Le Français sur Objectif Spécifique: de l'analyse des besoins à l'élaboration d'un cours* (p. 160). Hachette.

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique. (2022). *Arrêté ministériel n° 1275 du 27 septembre 2022 portant sur le mécanisme « Un diplôme, une Entreprise économique »*. MESRS. Accessible sur : https://www.ummto.dz/mecanisme-un-diplome-une-startup-ou-un-diplome-un-brevet/

Mourlhon-Dallies, F. (2015). Penser le lien entre langage, travail et didactique des langues: modélisations, façons de voir, façons de faire. *Revue Langage, Travail et Formation [2015-2018]*.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.

Phal, A. (1971). *Vocabulaire général d'orientation scientifique: part du lexique commun dans l'expression scientifique*. Credif.

Richterich, R. (1985). *Besoins langagiers et objectifs d'apprentissage*. FeniXX.

Rouabah, F.-Z. (2023). Repenser l'enseignement-apprentissage du FOS, en contexte universitaire algérien. *Revue Akofena*, 2 (8), 301-312

Swales, J. M. (1990). *Genre analysis*. Cambridge university press.