



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM



République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche
Scientifique
Université Abdelhamid Ibn Badis Mostaganem
Faculté des Langues Etrangères
Département de langue française

Mémoire de Master
Spécialité
Sciences du langage
Projet STARTUP dans le cadre de l'arrêté 1275
Thème

**Création d'une application guide de voyage dans la ville de
Mostaganem « *Visit Mosta* »**

Présenté par : BENAMOURI Mohamed Rachid

Sous la direction de : Dre Nadia BENTAIFOUR

Devant le jury composé de :

Président : Dre Houari BELLATRECHE

Rapporteuse : Dre Nadia BENTAIFOUR

Examinatrice : Dre Yamina MAGHRAOUI

Représentant de l'UMAB : Dre Mustapha MEDJAHED

Représente du secteur socio-économique : Mme Lylia LOUNIS

Année universitaire : 2023- 2024

Dédicace

Je dédie ce modeste travail à ceux qui me sont chers :

A ma mère

A mon père

A tous mes amis

A toute la famille BENAMOURI

A toute la famille AMEUR

Remerciements

Je tiens à exprimer ma profonde gratitude à Mme BENTAIFOUR Nadia pour son aide précieuse, son orientation et ses encouragements tout au long de la rédaction de ce travail.

Je remercie également les membres du jury pour avoir accepté de juger ce travail, ainsi que tous les enseignants qui nous ont accompagnés durant notre cursus universitaire.

Un grand merci à Mme DJAAFER et M Moussa pour leur aide précieuse dans la réalisation de ce travail.

Je tiens à remercier chaleureusement l'équipe de l'incubateur pour nous avoir mis dans de bonnes conditions de travail.

Un immense merci à tous les membres de ma famille pour leur soutien précieux tout au long de mon parcours universitaire, notamment ma mère et mon père, ma tante Fouzia sans oublier mon frère Zouheir.

Je souhaite aussi exprimer ma reconnaissance à tous mes camarades de l'université pour les moments mémorables que nous avons partagés ensemble surtout Karim et Mostafa.

Je remercie Houssin qui est la meilleure personne dans ma vie et qu'elle m'a vraiment encouragée et m'a aidée à traverser des moments difficiles.

PREMIERE PARTIE
Mémoire Académique

Introduction générale

Introduction générale

Le tourisme a un impact significatif dans l'économie mostaganemoise grâce aux atouts naturels, culturels et infrastructurels qui ont fait de Mostaganem une ville touristique avec excellence.

Dans le monde actuel, le tourisme joue un rôle très important dans l'économie mondiale il touche plusieurs secteurs tel que l'hôtellerie, la restauration et les services de guides touristiques ainsi que l'artisanat, contribuant de manière marquante à la création d'emplois et à la croissance économique. En 2022, l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) a rapporté que le tourisme international a généré plus de 1 milliard de dollars cela montre clairement son importance dans l'économie mondiale.

Le français en tant qu'une langue parlée et enseignée au monde occupe une place privilégiée dans le secteur touristique, il est considéré comme une langue de communication internationale dans de nombreux contextes touristiques, la maîtrise de cette langue permettant aux professionnels du tourisme de mieux convenir aux besoins des touristes, d'optimiser et d'enrichir leur expérience touristique et de promouvoir les destinations touristiques du pays. De ce fait, l'apprentissage du français touristique est devenu exigence pour eux.

Sans une bonne maîtrise du français, les professionnels du tourisme rencontrent des difficultés pour réaliser des tâches liées à leur domaine. Comme lire des publications touristiques ou rédiger des promotions touristiques. De ce fait, nous tenterons de répondre à l'interrogation suivante : "Quels sont les défis et les opportunités de l'utilisation du français dans le secteur touristique. En basant sur les hypothèses suivantes :

- Comment le français est-il utilisé dans différents contextes touristiques ?
- Quels sont les avantages de l'utilisation du français pour les touristes et les professionnels du tourisme ?
- Quelles sont les principales compétences linguistiques nécessaires pour le français touristique ?

Ayant pour objectif d'expliquer les divers usages du français dans différents secteurs touristiques et de démontrer l'importance du français comme une langue touristique et d'identifier les compétences linguistiques clés pour travailler efficacement dans le tourisme contribuant à la communication efficace avec les touristes.

Chapitre I

Théorie et concepts

Chapitre I Théorie et concepts

I. Introduction :

Depuis le 21 siècle, l'apprentissage de la langue française sur un objectif spécifique s'est développé rapidement à travers le monde. Ce phénomène a conduit les apprenants à chercher des formations linguistiques ciblées afin de répondre à leurs besoins professionnel et académique. C'est la raison pour laquelle je vais mettre en avant le FOS « Français sur Objectif Spécifique » dans ce chapitre

Je vais alors aborder la définition du FOS et également le domaine dans lequel est-il applicable ?

II. Définition du français sur objectif spécifiques

Le FOS est un sigle signifie « Le français sur objectif spécifique » expression traduite de la langue anglaise "*English for specific purpose*". Comme son nom le désigne, il repose essentiellement sur l'analyse et des objectifs et des besoins spécifiques d'un public d'apprenant bien déterminé. Selon Jean-Pierre Cuq (2003 : 109-110) son avènement et la nouvelle orientation qu'il imprime à l'enseignement des langues étrangères :

« Le français sur objectifs spécifique (FOS) est né du souci d'adapter l'enseignement du FLE à des publics adultes souhaitant acquérir ou perfectionner des compétences en français pour une activité professionnelle ou des études supérieurs. Le FOS s'inscrit dans une démarche fonctionnelle d'enseignement et apprentissage : l'objectif de la formation linguistique n'est pas la maîtrise de la langue en soi, mais l'accès à des savoirs faire langagiers dans des situations dument identifiées de communication professionnelle ou académique »

Autrement dit, le français sur un objectif spécifique est né à la nécessité de répondre aux besoins d'un public diversifié qui désire d'acquérir ou améliorer son français a des fins professionnelles (une bonne intégration d'adulte dans le milieu du travail) ou académiques (adulte souhaite poursuivre ses études dans universités francophone).

Le FOS adopte une approche fonctionnelle de l'enseignement et d'apprentissage dont l'objectif n'est pas de maîtriser la langue en elle-même et pour elle-même, mais plutôt d'acquérir des compétences linguistiques permettant de gérer des situations de communication précises dans un contexte professionnel

- Ces publics veulent acquiescent du français mais non le français ;
- Ces publics mettent l'accent sur l'apprentissage du français pour une utilisation pratique et utile dans un contexte spécifique

III. Caractéristiques principales du FOS

- **Apprentissage ciblé** : Le contenu et les activités d'apprentissage sont élaborés en fonction des besoins et objectifs spécifiques des apprenants.
- **Objectifs précis** : Les objectifs d'apprentissage sont clairement définis et mesurables, permettant de suivre les progrès des apprenants
- **Public varié** : Le FOS s'adresse à une large audience, incluant des professionnels, des étudiants, des chercheurs, etc.
- **Approche centrée sur l'apprenant** : Le FOS place l'apprenant au centre du processus d'apprentissage, en tenant compte de ses motivations.

IV. Avantages du FOS

- **Motivation accrue des apprenants** : Le fait de se concentrer sur des objectifs concrets et utiles renforce la motivation des apprenants.
- **Progression efficace** : Les apprenants progressent plus rapidement car ils acquièrent des compétences directement utilisables dans leur domaine d'activité ou d'études.
- **Meilleure employabilité** : Maîtriser le français dans un domaine spécifique peut être un atout considérable sur le marché du travail.
- **Accès à l'information et à la culture** : Le FOS permet aux apprenants d'accéder à des informations et des ressources culturelles dans la langue française.

Cet apprentissage a pour objectif préparer des apprenants pour générer des situations de communication au milieu professionnel ou académiques en leur transmettant un savoir spécifique

V. Les domaines du français sur un objectif spécifique (FOS)

L'impact du français sur un objectif spécifique se manifeste dans tous les domaines que ce soit professionnel ou académiques, témoignant son effet indispensable dans société mondialisée ou la maîtrise d'une langue étrangère est devenu un élément clé pour réussir.

Domaines à citer :

- Le Français des affaires
- Le Français du tourisme et de l'hôtellerie
- Le Français juridique
- Le Français médical
- Le Français scientifiques et techniques
- Le Français des relations internationales
- Le Français des sports
- Le Français du secrétariat
- Le Français des sciences sociales et humaines
- Le Français de la poste et des télécommunications
- Le Français journalistique.
- Le français de la scolarisation élaboré par Davin (2002)

Chapitre II

Le français touristique

Chapitre II Le français du tourisme

I. Introduction

Actuellement, le tourisme occupe une place indispensable dans l'économie mondiale il touche plusieurs secteurs notamment le secteur du tourisme : hôtellerie, restauration et guide de voyage, dans ce cas le français s'impose comme une langue touristique privilégiée du pays, et pour cette raison l'apprentissage du français devint une ressource professionnelle.

II. Définition et importance du français touristique

Le français touristique s'adresse aux publics du tourisme. Il se concentre sur les compétences linguistiques et culturelles nécessaires pour leur permettre de faire face aux situations auxquelles ils seront confrontés dans le milieu du tourisme. « Couvrir toutes les situations, que celles-ci soient ancrées ou non dans une spécialité » (Mangiante et Parpette, 2004, p. 17).

Dans l'enseignement et l'apprentissage du français touristique l'accent est mis sur un vocabulaire et un lexique spécifique aux voyages, à l'hôtellerie, à la restauration, aux sites culturels et aux loisirs, ainsi que les expressions courantes utilisés pour interagir avec les touristes francophones.

Le but de l'enseignement est de produire et de préparer des apprenants au monde professionnel, Ces apprenants auront la capacité de travailler efficacement dans l'industrie du tourisme selon Larsson (1992 : 54) le but du français du tourisme est « de former un personnel compétent pour l'industrie du tourisme qui, on le sait, ne cesse de se développer en importance économique et sociale ». L'industrie du tourisme inclut non seulement les guides touristiques, mais aussi tous les personnels qui y travaillent, tel que les conseillers en voyage, les organisateurs des événements et les employés des offices du tourisme.

Son importance :

Le français du tourisme revêt une importance majeure :

Il permet aux apprenants de découvrir le monde du tourisme, et de renforcer et d'enrichir leur compétence communicatives et professionnelles.

Il ouvre la porte à une multitude des opportunités professionnels dans divers secteurs du tourisme tel que ;

- **L'hôtellerie** : réception, restauration, personnel, animation
- **Les agences de voyage** : conseiller touristique, guide touristique
- **Les organismes de la promotion touristique** : office du tourisme

Il permet aux apprenants d'acquérir un vocabulaire et un lexique spécifique au domaine du tourisme, ainsi que de se familiariser avec les pratiques culturel et le contexte interculturel propre à ce secteur.

Préparation aux certifications reconnu dans le secteur du tourisme tel que : certificat de français du tourisme et d'hôtellerie (CFTH).

III. Le rôle du français du tourisme dans l'industrie touristique

Le français du tourisme joue un rôle crucial dans l'industrie touristiques car chaque année il y plus de plus des touristes étrangères francophone passent leur voyage hors de leur propre pays :

- Il permet aux acteurs et aux professionnels du tourisme de communiquer efficacement avec les touristes francophones.
- Améliorer l'expérience touristique en fournissant le secteur du tourisme par des apprenants savant offrir des services et des informations et présenter un itinéraire en française
- La contribution dans développement économique du pays
- Connaître et faire connaître le pays, ses destinations touristiques au monde francophone (France, Belgique, Suisse, canada)
- La contribution dans la promotion touristique du pays notamment la culture et le patrimoine

Le français du tourisme un élément clé qui contribue à la fois à la réussite de l'apprenant et au développement de l'industrie touristique.

IV. Compétences linguistiques requises (vocabulaire, expressions idiomatique)

L'enseignement et l'apprentissage du français touristique repose sur l'acquisition des compétences linguistiques et culturelles adaptés aux divers contextes touristiques pour.

Et pouvoir communiquer efficacement avec les touristes plusieurs compétences linguistiques sont essentiellement nécessaire :

- Savoir présenter et donner des informations sur les sites touristiques.
- Concevoir des messages promotionnels écrits ou oraux sur une destination touristique
- Savoir lire et écrire des documents professionnels
- Conseiller, suggérer, orienter les visiteurs
- Produire des brochures, des dépliants et des affiches promotionnelles
- Parler et prononcer couramment pour pouvoir présenter un itinéraire de voyage

Et pour être compétent en communication il est également nécessaire d'avoir des connaissances culturelles et maîtriser les aspects culturels pour connaître l'autre ainsi que d'autres aspects sociolinguistique, socioculturelle et interculturelle comme Porcher affirme (1995 : 61), « la langue est une réalité sociale qui véhicule la culture. Il est impossible d'accéder à la matière linguistique sans dominer les éléments culturels présents dans la langue » ;

- Savoir comprendre et se familiariser avec la culture de l'autre
- Savoir gérer des situations de communication interculturelle

Cela permettre aux professionnels du tourisme le bon déroulement d'un échange communicatif avec les touristes afin de les satisfaire et les rendre service en répondant à leur attente.

Vocabulaire et expression

Le vocabulaire du français touristique est généralement simple et basique approprié aux besoins de la communication courante avec les touristes, il est important de maîtriser les vocabulaires et les expressions liés au domaine

Vocabulaires :

- **Politesses** : bonjour, bonsoir, merci, s'il vous plait, au revoir, excusez-moi.
- **Hébergement et hôtellerie** : chambre, réservation, clé, petit-déjeuner, majordome, gouvernante, carte, accès.
- **Restauration** : menu, plat, serveur, addition, entré.
- **Transport** : billet, réservation, horaires, navette, Bagage.
- **Activités et loisir** : excursion, visite guidé, attraction, site historique, découvrir, destination, Horaire d'ouverture.

Expressions idiomatiques :

- Formules de demande :
 - Pourriez-vous me dire... ?
 - Savez-vous où se trouve... ?
 - Comment puis-je aller à... ?
- Formules d'excuses :
 - Je suis désolé de vous déranger... ?
 - Je ne comprends pas... ?
 - Pourriez-vous répéter s'il vous plait... ?
- Formules de remerciements :
 - Merci beaucoup
 - Je vous remercie
 - Merci c'est gentil de ta part
- Hôtellerie :
 - Bienvenue à notre hôtel ! Nous vous offrons un accueil chaleureux pour commencer votre séjour.
 - Le service de chambre est disponible 24h/24. N'hésitez pas à nous appeler pour toute demande.
- Restauration :
 - Vous pouvez choisir parmi une large sélection de plats à la carte.
 - Nous espérons que vous apprécierez notre service impeccable et notre cuisine raffinée.

Ces vocabulaires et ces expressions, sont largement utilisés et peuvent rendre la communication plus fluide et interactive avec les touristes.

Conclusion générale

Conclusion générale

L'apprentissage du français sur un objectif spécifique et son application dans le secteur du tourisme est élément crucial pour l'enseignement des langues à des fins professionnelles et académiques, et pour cela nous avons effectué une recherche répondant à notre problématique : Quels sont les défis et les opportunités de l'utilisation du français dans le secteur touristique ?

Et pour y répondre nous avons consacré deux parties : dans la première partie nous avons introduit le concept et la définition du français sur objectif spécifique (FOS) une approche pédagogique visant à répondre aux besoins professionnels et académiques dans un domaine précis, ses caractéristiques et ses avantages.

Le FOS est défini par son approche fonctionnelle appuyant sur l'acquisition et l'amélioration des compétences linguistiques permettant de produire des situations de communication dans un contexte précis, plutôt que la maîtrise générale de la langue. Nous avons aussi mentionné les domaines de l'application du FOS (français des affaires, du tourisme, juridique, médical) et bien d'autres, le FOS a pour objectif de transmettre un savoir ciblé permettant l'intégration de l'apprenant dans le milieu du travail.

Dans la deuxième partie nous avons abordé le rôle du français touristique en mettant la lumière sur le statut de la langue française comme langue privilégiée dans le tourisme, utilisée dans divers secteurs (l'hôtellerie, la restauration, le guide de voyage).

Dans ce chapitre nous avons également souligné les compétences linguistiques nécessaires pour les professionnels du tourisme en prenant en compte l'aspect culturel, socioculturel et interculturel, y compris le vocabulaire et les expressions idiomatiques courantes. Nous avons aussi cité les avantages du français touristique : offrir aux apprenants les opportunités du travail dans le tourisme, améliorer l'expérience touristique et contribuer à la stimulation économique et à la promotion culturelle.

Nos résultats de la recherche confirment les hypothèses selon lesquelles :

- **La Première hypothèse** “ Comment le français est-il utilisé dans différents contextes touristiques ? : est confirmée, le français est largement utilisé dans des contextes touristiques variés et il est purement pratiqué pour fournir des services adaptés aux touristes francophones en particulier.
- **La deuxième hypothèse** Quels sont les avantages de l'utilisation du français pour les touristes et les professionnels du tourisme ? : est confirmée, les avantages pour les touristes : elle améliore leur expérience touristique et elle renforce le sentiment de confort chez eux, et pour le professionnel des tourisms : elle ouvre des opportunités de travail et améliore la satisfaction des clients.
- **La troisième hypothèse** Quelles sont les principales compétences linguistiques nécessaires pour le français touristique “ ? cette hypothèse est également confirmée. Les compétences linguistiques nécessaires incluent la maîtrise du vocabulaire spécifique ainsi que des expressions idiomatiques courantes liées aux domaines du tourisme et une bonne compréhension des aspects socioculturels et interculturels.

Suite à la dernière hypothèse nous faisons appel aux professionnels du tourisme d'effectuer des formations en français touristique et d'utiliser des ressources pédagogiques adaptés et aux enseignants d'élaborer des programmes de formation incluant des modules appropriés et des approches efficaces. Et pour les futures recherches il est été utiles de mener des études à long terme pour évaluer l'impact de la formation sur les apprenants.

Bibliographie

MANGIANTE, J. M., & PARPETTE, C. (2004). Le français sur objectif Spécifique : de l'analyse des besoins à l'élaboration d'un cours, Hachette, paris.

YONEKANE, T. (2001). On a besoin de l'enseignement / l'apprentissage du français sur un objectif spécifique. 8, 273-283.

HANI, Q. (2009). Vers une didactique du français sur un objectif spécifique médié par internet. Publibook, France.

LI LU. 2016. Le français du tourisme dans le contexte universitaire chinois :analyse comparative des besoins. Université Sun Yat-sen, Chine.

OUMEDDOUR, A. (2001). La difficulté de l'oral dans le FOS, chez les étudiants des branches techniques. Mémoire du master, Université 8 Mai 1945, Guelma.

CHESNEAU, A. (2021). Un module de français sur objectif spécifique tourisme a l'alliance française d'Oulan-Bator. Mémoire du master, Université Grenoble, France.

CALMY, M. A., (2004). Le français du tourisme. Hachette, qual de Grenelle, paris, France, ISBN : 200155226-5

Sitographie :

<https://www.luxerecrutement.com/fr/>

<https://www.podcastfrançaisfacile.com/vocabulaire/au-restaurant-phrases-types.html>

<https://projetrestaurant.com/lexique-restauration-vocabulaire/>

DEUXIEME PARTIE

Projet Start up

Résumé du projet

Mostaganem est une ville portuaire de la méditerranée, située au nord-ouest de l'Algérie l'une des plus importantes villes de l'ouest algérien, elle possède un énorme potentiel touristique, pour cette raison nous avons décidé de créer une application mobile guide de voyage destinée à faciliter l'exploration de cette ville pour les voyageurs, ayant pour objectif d'offrir aux visiteurs un accès facile à des informations essentielles de la ville et d'en renforcer et en promouvoir l'attrait touristique.

1. Présentation de l'idée et de l'origine du projet

Je suis passionné par l'entrepreneuriat depuis un moment, et j'ai toujours eu cette envie de créer quelque chose qui marque les esprits.

Aujourd'hui, je me lance dans un projet start-up qui me paraît énormément intéressant qui est le développement d'une application guide de voyage pour la ville de Mostaganem. Mon objectif est d'offrir aux voyageurs une expérience touristique particulière lorsqu'ils explorent cette magnifique ville côtière et de faciliter leur expérience de voyage.

L'inspiration pour cette application est venue lors de ma première séance d'encadrement avec mon encadrante dans son bureau au niveau de la faculté de langues étrangères à l'ITA, elle m'a montré une application nommée « Visit a City » et elle m'a dit pourquoi pas ne pas créer une application pour notre ville dans le même concept de cette application afin de promouvoir les sites historiques en mettant en avant sa richesse touristique et culturelle, et j'ai bien aimé l'idée.

Après s'être mis d'accord sur le projet sur lequel nous allons travailler, je me suis mis à faire des recherches dans le secteur du tourisme en Algérie précisément dans la ville de Mostaganem, j'ai rapidement réalisé un besoin crucial : les visiteurs à Mostaganem ont vraiment besoin d'être guidés dans la découverte de tous les endroits de la ville, tant sur le plan culturel que naturel, trop souvent ils se trouvent perdus, jonglant entre plusieurs sources d'informations qui peuvent même parfois être non fiables, ainsi qu'ils étaient confrontés aux défis de planification et de navigation dans une ville où les outils numériques modernes ne

sont pas encore largement utilisés. Après avoir constaté ce besoin croissant mon idée est de simplifier tout ça en créant une application qui regroupe tout ce dont ils ont besoin pour une visite réussie, de manière intuitive et complète.

Avec une bonne dose de passion pour l'innovation et un profond engagement envers l'amélioration de l'expérience touristique, je suis déterminé à faire de cette application un compagnon indispensable pour tous ceux qui souhaitent découvrir la ville de Mostaganem.

Logo du projet :

Notre logo reflète l'esprit du voyage à Mostaganem, une ville riche en culture et en histoire, la carte de Mostaganem en bleu est le point central, symbolisant la découverte et l'exploration. Le bleu évoque la mer Méditerranée qui borde la ville, rappelant ses plages magnifiques.

Le texte "VISIT MOSTA", en lettres majuscules modernes et épurées, témoigne la fiabilité et le professionnalisme de notre application, juste en dessous, le slogan "VOTRE GUIDE DE VOYAGE PERSONNEL" souligne notre engagement à offrir une expérience de voyage personnalisée et unique à chaque utilisateur.



Logo de l'application

Notre vision :

Devenir le guide indispensable pour les visiteurs de la ville de Mostaganem en offrant une expérience complète et enrichissante.

Objectifs de l'application

Originale et innovante, notre application regroupe plusieurs objectifs que nous pouvons résumer comme suit :

- Améliorer l'expérience des visiteurs
- Promouvoir le tourisme à Mostaganem
- Mettre en valeur la culture locale
- Faciliter l'expérience des visiteurs
- Stimuler le développement économique local

Quels services offre notre application ?

L'application que nous proposons est une sorte de guide de voyage informatisé nommé Visit Mostaganem conçu pour fonctionner sur des appareils mobiles tels que les Smartphones et les tablettes ainsi que sur les ordinateurs portables dans le but d'aider les voyageurs à découvrir, explorer, simplifier et planifier leurs voyage à Mostaganem. Notre application offre une variété de fonctionnalités avancées, facilitant aux voyageurs de tirer le meilleur parti de leur voyage en leur fournissant des informations détaillées sur les attractions, les restaurants, les activités locales, et des conseils de voyage. Notre application se caractérise par :

2. La valeur proposée

- **Guide personnalisé** : fournir un guide de voyage adapté aux utilisateurs de notre application grâce à un algorithme en fonction du nombre de jours souhaité.
- **Planification personnalisée** : offrir une fonctionnalité permettant aux voyageurs de planifier et d'organiser leur voyage en spécifiant le lieu et la date selon leur « *wish list* ».
- **Hôtellerie** : ce service permet aux utilisateurs de découvrir tous les hôtels disponibles à Mostaganem, soit au centre-ville ou en dehors de la ville et de faire une réservation.
- **Restauration** : ce service permet aux utilisateurs de réserver facilement une table dans un restaurant de leur choix à Mostaganem.
- **Shopping** : ce service permet aux utilisateurs d'avoir une liste des supermarchés et des boutiques par thèmes (vêtements, nourriture, souvenirs, artisanat, ...etc) à Mostaganem.

- **Support client** : intégration d'un support client pour répondre aux besoins des utilisateurs et résoudre leurs problèmes.

Les aspects d'innovation

1. La nature d'innovation

- Innovations du marché
- Innovations technologiques

2. Domaines d'innovation :

- Offrir un guide personnalisé à travers l'application sans avoir besoin de guide touristique humain.
- Visites virtuelles via les images, les avis des voyageurs et les évaluations.
- Fonctionnalité de planification permettent aux utilisateurs d'organiser leur séjour.
- Proposer aux voyageurs la réservation d'hôtels et des restaurants sans avoir à déployer un effort physique.
- Répondre aux besoins des utilisateurs et résoudre leur problème via le support client à travers des *Chatbots* et des appels téléphoniques.

3. L'étude du marché :

Tendance actuelle

- Mostaganem connaît une augmentation du tourisme, notamment vers des destinations attractives notamment les parcs d'attractions et les plages, et culturelle et historique à travers les sites historiques.
- Le déclenchement des travaux d'aménagement au niveau du front de mer de la Salamandre, des Sablettes et de Sidi Medjdoub, visant à apporter une touche de modernisation et bien d'autres améliorations au programme.
- La décision des autorités locales à renforcer et à améliorer le jardin "20 août" se situant à El Arsa abritant un site touristique connu sous le nom " Bordj el Turk " en fournissant des stands de nourritures et des espaces de commercialisation des industries et des matières traditionnelles, afin de devenir un espace touristique attrayante

Taille et dimension du marché

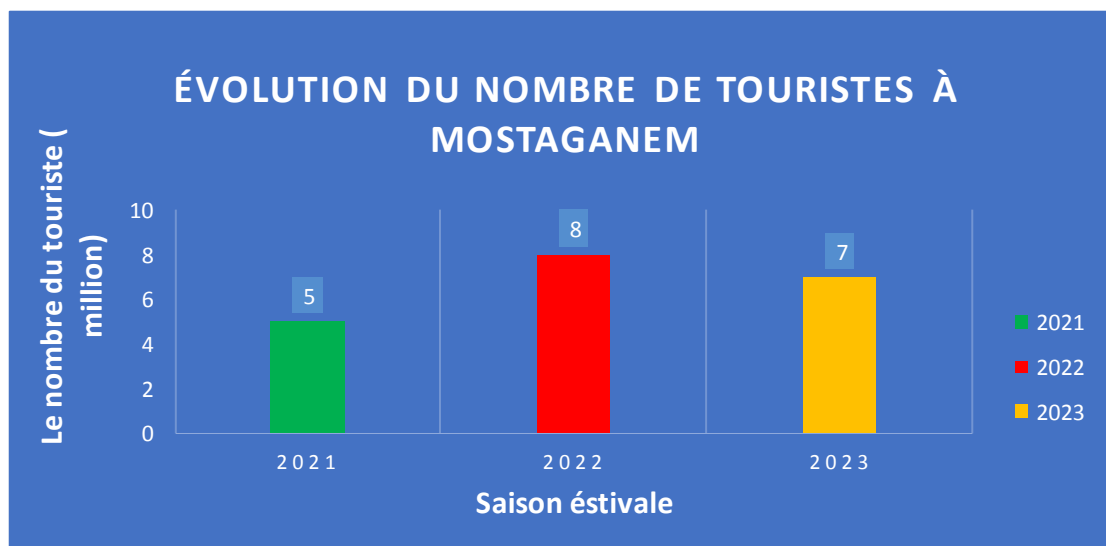
En parlant de la taille du marché, nous ciblons les voyageurs nationaux et internationaux intéressés par la découverte de Mostaganem. En termes de vente et de chiffre d'affaires cela dépendra de la pénétration sur le marché et de la satisfaction des besoins des utilisateurs. Nous visons à obtenir une part du marché considérable en offrant des solutions distinctives et pertinentes.

Réglementations et conditions d'accès

Le marché n'est pas réglementé pour les applications de ce type, mais il est important de respecter les règles de protection des données et les conditions du tourisme.

Spécificités du marché local

- Mostaganem accueille chaque année environ de 11 millions d'estivants venus de toute Algérie. D'abord, un tourisme de masse notamment des wilayas voisines (Oran, Sidi Bel Abbès, Relizane, Mascara) et celles du sud, et un tourisme de luxe venu principalement de la capitale Alger et de la ville de Blida. A en croire les chiffres, le nombre d'estivants augmente chaque année enregistrant un taux de 3 millions en 2021, de 8 en millions en 2022 et de 7 millions pendant la saison précédente¹.



Evolution du nombre de touristes à Mostaganem (2021/2023)

¹ Chiffres récoltés sur tourismetvoyages.dz

- Forte présence des sites historiques culturels à Mostaganem environ 11 sites : Borj El Turk, Dar El Kaid, Palais du Siéra, Palais du Bey Husein.
- Mostaganem est un creuse de culture où se mêlent différentes influences, Des héritages arabes, andalous, berbères et français se retrouvant dans tous les aspects de la vie, que ce soit dans l'architecture, la langue, la musique, ou encore la cuisine.
- Le transport à Mostaganem est essentiellement basé sur plusieurs modes qui facilitent la mobilité et le déplacement des visiteurs le transport maritime, routier, ferroviaire, urbain (taxis et bus), sans oublier l'introduction récente d'un nouveau mode de transport, le tramway qui a ajouté une touche moderne à la mobilité urbaine.
- Mostaganem abrite le plus grand parc d'attraction *Mostaland* en Afrique offrant une expérience touristique divertissante unique, ainsi que 45 plages autorisées à la baignade.
- Mostaganem dispose d'infrastructures (16 hôtels/ 68 restaurants)² montrant ses engagements vers la qualité, qui offre des services et des installations et de restauration diversifiée pour répondre aux besoins des voyageurs. Ses hôtels et ses restaurants se distinguent par leur capacité à offrir une expérience d'accueil chaleureux reflétant l'hospitalité algérienne et la richesse de la culture culinaire de cette ville côtière.

4. Clientèle cible

Ses besoins et ses envies :

Notre application vise à attirer un public varié, comportant des voyageurs locaux et internationaux, âgés de 18 à 55 ans, qui ont envie de découvrir Mostaganem de manière moderne et immersive. Les utilisateurs qui cherchent des informations précises sur les lieux à visiter, les horaires d'ouverture, les lieux d'hébergement, des restaurants, etc. peuvent trouver toutes les facilités sur l'application Visit Mosta. Ils peuvent bénéficier également des services de guides touristiques pour profiter pleinement de leur séjour.

Ces voyageurs sont très influencés par les avis et les recommandations d'autres personnes ayant visité la région. Ils veulent connaître les endroits préférés des habitants, les restaurants incontournables et les expériences locales uniques. Ils apprécient également les conseils

² Selon une recherche que nous avons menée à travers internet.

personnalisés pour organiser leurs journées et sont à la recherche d'activités variées qui leur permettent de découvrir la culture locale de manière authentique.

Critères d'achat

Les critères d'achat pour notre application incluent la fiabilité des informations fournies par l'application, la facilité d'utilisation de l'interface, la disponibilité de fonctionnalités de navigation avancées, et la qualité des recommandations personnalisées, ils accordent une grande importance à la pertinence des contenus proposés et à la convivialité de l'expérience des utilisateurs.

Impact du prix

Bien que le prix puisse être un critère, notre clientèle est prête à investir dans une application de qualité qui répond pleinement à ses besoins. Les touristes valorisent davantage la valeur ajoutée et l'expérience utilisateur que le prix.

Zones et habitudes de consommation

Nos clients potentiels se trouvent principalement parmi les voyageurs qui planifient leurs séjours à Mostaganem, qu'ils soient nationaux ou internationaux. Leurs habitudes de consommation se concentrent sur la recherche d'outils pratiques et fiables pour optimiser leurs expériences de voyage et découvrir les aspects uniques.

L'analyse des concurrents « *TripAdvisor* »

Afin de mieux comprendre le marché et les attentes des utilisateurs, nous avons analysé une application similaire qui est active dans le secteur du voyage et du tourisme. Il s'agit de l'application *TripAdvisor*. En étudiant de près cette application, nous avons identifié plusieurs fonctionnalités essentielles et avancées que les utilisateurs attendent d'un guide de voyage moderne pour Mostaganem :

Fonctionnalités Essentielles

- Recherche de lieux.
- Informations détaillées sur les sites touristiques, les hôtels, restaurants, et les plages
- Cartographie interactive avec géo localisation.
- Avis et évaluations des utilisateurs.

Fonctionnalités Avancées

- Recommandations personnalisées basées sur les préférences individuelles et le contexte local (météo, heure de la journée).
- Fonctionnalités sociales telles que le partage d'expériences et les discussions entre utilisateurs pour enrichir les voyages.

1. Lacunes identifiées

- Besoin de recommandation plus personnalisées adapté aux préférences individuelles
- Intégration incomplète des sites historiques, les hôtels et les restaurants, les activités locales touristiques et les événements culturels
- Manque d'informations concernant le transport, les numéros d'urgence.
- Besoin de la réalité augmentée et manque des mises à jour régulières

Avantages concurrentiels

- Notre application se distingue en offrant une expérience plus personnalisée et immersive aux utilisateurs grâce à des fonctionnalités avancées telles que la réalité augmentée pour des visites interactives.
- Nous accordons une grande importance à la qualité du contenu, en fournissant des informations détaillés et fiables sur les sites d'intérêts.
- Notre application favorisera également les interactions sociales entre les voyageurs, facilitant ainsi le partage d'expériences et de conseils, ce qui enrichira encore plus l'expérience globale.
- Nous sommes déterminés à assurer un service de qualité et à proposer des mises à jour régulières pour garantir une expérience d'utilisation optimale.

5. Model économique

Notre modèle économique est basé sur différentes sources de revenus, chacune contribue à notre rentabilité et notre croissance financière, nous envisageons de générer des revenus grâce à :

- A. La publicité pour les entreprises locales :** offrir des espaces publicitaires ciblés aux entreprises locales telles que les restaurants, les hôtels, les boutiques, les agences de voyage pour promouvoir leurs services et produits.

B. Partenariat avec des attractions touristiques : établir des partenariats stratégiques avec des attractions locales, pour proposer leurs offres aux utilisateurs de notre application, favorisant leur engagement et leur fidélité.

C. Abonnements premium pour des fonctionnalités avancés : Nous proposons un modèle freemium avec une version de base gratuite de l'application offrant des fonctionnalités limitées, et un autres modèle premium mensuel ou annuel donnant accès à des fonctionnalités avancés comme des guides hors ligne.

6. Les stratégies marketings et ventes :

Pour attirer les utilisateurs de notre application, nous mettons en place des stratégies de marketing et de vente diversifiés et ciblés :

- 1. Publicité en ligne ciblée :** nous allons créer des publicités payantes sur les réseaux sociaux destinées à ceux qui sont intéressés pour découvrir la ville de Mostaganem, En utilisant la technique de ciblage démographique et comportemental.
- 2. Partenariats avec des infrastructures touristiques locales :** établir des partenariats avec des parcs d'attractions et des établissements touristiques tels que les hôtels, restaurants, pour recommander l'application à leurs clients et intégrer des offres spéciales. Nous pouvons également leur demander d'afficher de liens ou QR code chez eux pour les inciter à télécharger l'application.
- 3. Promotion spéciale pour les premiers utilisateurs :** Nous offrirons des promotions exclusives, des réductions ou des fonctionnalités premium gratuites pour les premiers utilisateurs de notre application. Ces offres incitent les utilisateurs à télécharger et à utiliser notre application dès son lancement.

7. Analyse SWOT

Forces

- Fonctionnalités innovantes
- Focus sur Mostaganem
- Potentiel de personnalisation
- le potentiel des partenariats pour renforcer notre application

Faiblesse

- Besoin de maintenir les informations à jour
- Dépendance des partenaires locaux pour fournir des offres spéciales et des promotions

Opportunités

- Expansion future vers d'autres villes touristiques en Algérie.
- Possibilité d'intégrer des fonctionnalités de réalité augmentée pour des expériences

Menaces

- L'apparition des Concurrents proposant des applications similaires
- Instabilité politique ou économique affectant le tourisme dans la région.

Investissement

Pour notre projet nous avons déterminé une équipe avec laquelle nous travaillerons et le matériel nécessaire pour assurer le bon fonctionnement de nos activités.

Localisation

En ce qui concerne les locaux, notre objectif est de trouver un espace d'une superficie appropriée, de gestion et de service client. Nous aspirons également à une localisation idéale, au centre-ville de Mostaganem par exemple.

Matériel informatique

Concernant le matériel informatique, nous aurons besoin en plus de la bureautique, des ordinateurs portables performants pour notre équipe et d'une connexion Internet haut débit.

Salariés

| Fonction | Nombre | Rôle |
|-------------------|----------|--|
| Comptable | 1 | Gérer les finances de l'entreprise, les budgets, les rapports financiers |
| Personnel | 1 | Répondre aux questions, résoudre les problèmes des utilisateurs |
| Marketing | 1 | Développer des stratégies de Marketing pour promouvoir l'application, Planifier et exécuter des campagnes publicitaires |
| Community Manager | 1 | Établir des partenariats stratégiques avec des acteurs clés du secteur touristique |
| Technicien | 1 | Résoudre les problèmes techniques liés aux ordinateurs, logiciels, imprimantes, réseaux et autres équipements informatiques. |
| total | 5 | |

8. Présentation du business model canevas : BMC

1. Segments de clientèle

- Les touristes visitant Mostaganem, ayant besoin d'informations sur les attractions touristiques, les restaurants, les hébergements, etc.
- Les voyageurs d'affaires à la recherche, d'hébergements pratiques et de services professionnels.

2. Proposition de valeur

- **Guide personnalisé** : Offrir un guide de voyage sur mesure basé sur un algorithme qui tient compte des préférences des utilisateurs et du nombre de jours souhaité.
- **Planification personnalisée** : Permettre aux voyageurs de planifier et d'organiser leur voyage en spécifiant le lieu et la date selon leur "*wish list*".
- **Hôtellerie** : ce service permet aux utilisateurs de découvrir tous les hôtels disponibles à Mostaganem, soit au centre-ville ou en dehors de la ville et de faire une réservation.
- **Restauration** : ce service permet aux utilisateurs de réserver facilement une table dans un restaurant de leur choix à Mostaganem.
- **Shopping** : ce service permet aux utilisateurs d'avoir une liste des supermarchés et des boutiques par thèmes (vêtements, nourriture, souvenirs, artisanat, ...etc) à Mostaganem.
- **Support client** : intégration d'un support client pour répondre aux besoins et résoudre les problèmes des utilisateurs

3. Canaux de distribution :

- Landing page
- Afficher des codes QR sur les murs des hôtels et des restaurants
- Création de contenu sur le voyage à Mostaganem
- Publicité en ligne Facebook ADS

4. Relation client :

- Offrir aux utilisateurs une fonctionnalité nommé « wish list » leur permettent de planifier leur voyage

- Offrir un service client réactif via chat en direct ou e-mail pour répondre aux questions et aux préoccupations des utilisateurs.
- Envoyer des notifications personnalisées sur les événements à venir et

4. Sources de revenus :

- **Abonnement premium** : Modèle freemium avec une version de base gratuite et version premium offrant fonctionnalités avancées comme guides hors ligne.
- **La publicité pour les entreprises locales** : offrir des espaces publicitaires ciblé aux entreprises locales
- **Partenariats avec des attractions touristiques** : établir des partenariats stratégiques avec des attractions locales
- **Une commission sur les réservations** : une commission sur les réservations réalisées entre nos utilisateurs et les hôtels et les restaurants

6. Ressources clés :

- Equipe de développement de l'application
- Base de données des acteurs de voyage
- Serveurs et infrastructure cloud
- Équipe de marketing et de support client

7. Activités clé :

- **Activité 01 : Développement et mise à jour** (Création et amélioration continue de l'application)
- **Activité 02 : Marketing et promotion** (Campagnes publicitaires pour attirer de nouveaux utilisateurs)
- **Activité 03 : Gestion des partenariats** (Collaboration avec acteurs touristiques)
- **Activité 04 : Support client** (assistance aux utilisateurs pour résoudre les problèmes et répondre aux questions)
- **Activité 05 : Analyse et collecte des données** (Suivi des comportements des utilisateurs pour améliorer l'expérience utilisateur)

8. Partenaires clés :

- Agences de voyage et offices de tourisme

- Fournisseurs de services (API) géolocalisation et de cartographie
- Hôtels, restaurants, et attractions locales
- Fournisseur de services d'hébergement cloud

9. Plan financier

INVESTISSEMENT

| | - | - | <u>Année 01</u> | <u>Total Période</u> |
|---------------------------|-------------------------|---|-------------------|----------------------|
| EQUIPEMENTS DE PRODUCTION | Pc portable | | 480 000 | 480 000 |
| | Bureaux | | 112 000 | 112 000 |
| | chaises | | 70 000 | 70 000 |
| | Camera photographique | | 75 000 | 75 000 |
| | climatiseur | | 83 000 | 83 000 |
| | imprimante | | 36 000 | 36 000 |
| | Armoires | | 20 000 | 20 000 |
| | modem et téléphone | | 14 900 | 14 900 |
| | Caméras de surveillance | | 24 900 | 24 900 |
| | Chauffage | | 33 000 | 33 000 |
| | Matériel N°11 | | 0 | 0 |
| | Matériel N°12 | | 0 | 0 |
| | Matériel N°13 | | 0 | 0 |
| | Matériel N°14 | | 0 | 0 |
| | Matériel N°15 | | 0 | 0 |
| | Matériel N°16 | | 0 | 0 |
| | Matériel N°17 | | 0 | 0 |
| | Matériel N°18 | | 0 | 0 |
| | Matériel N°19 | | 0 | 0 |
| Sous-Total (01) | | | 948 800,00 | 948800 |

Masse salariale

| | | <u>ETP</u> | <u>Total</u> |
|-----------------------|---|------------|------------------|
| PERMANENTS | Comptable | 1,00 | 717 600 |
| | personnel | 1,00 | 529 218 |
| | expert en marketing et Community manger | 1,00 | 870 960 |
| | technicien en informatique | 1,00 | 453 618 |
| | Poste N°05 | 0,00 | 0 |
| | Poste N°06 | 0,00 | 0 |
| | Poste N°07 | 0,00 | 0 |
| | Poste N°08 | 0,00 | 0 |
| | Poste N°09 | 0,00 | 0 |
| | Poste N°10 | 0,00 | 0 |
| Sous-Total (2) | | | 2 387 797 |

| Année 01 | Année 02 | Année 03 | Année 04 | Année 05 |
|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| 717 600,00 | 717 600,00 | 717 600,00 | 717 600,00 | 717 600,00 |
| 529 218,38 | 529 218,38 | 529 218,38 | 529 218,38 | 529 218,38 |
| 870 960,00 | 870 960,00 | 870 960,00 | 870 960,00 | 870 960,00 |
| 453 618,38 | 453 618,38 | 453 618,38 | 453 618,38 | 453 618,38 |
| 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 2 571 396,76 | 2 571 396,76 | 2 571 396,76 | 2 571 396,76 | 2 571 396,76 |

CAHRGES EXTENES

| | à intégrer ↓ Historique (n-1) | à intégrer ↓ Année 01 | à intégrer ↓ Année 02 | à intégrer ↓ Année 03 | à intégrer ↓ Année 04 | à intégrer ↓ Année 05 |
|------------------------------------|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| DZD | FY22 | FY23 | FY24 | FY25 | FY26 | FY27 |
| Sous-traitance | - | 200000 | | | | |
| Loyers | | 360 000 | 360 000 | 480 000 | 480 000 | 480 000 |
| Energie/eau/gaz | | 36 000 | 36 000 | 36 000 | 36 000 | 36 000 |
| Frais Marketing | | 504 000 | 216 000 | 216 000 | 216 000 | 216 000 |
| Honoraires d'avocat | | | | | | |
| Honoraires du Notaire | | 100 000 | | 100 000 | | |
| Honoraires d'expert-comptable | | | | | | |
| Honoraires Commissaire aux Comptes | | | | | | |
| Frais du transit | | | | | | |
| Frais télécom | | 33 600 | 33 600 | 33 600 | 33 600 | 30 000 |
| Divers fournitures | | 60 000 | 60 000 | 60 000 | 60 000 | 60 000 |
| Frais de developpement R&D | | 240 000 | | | | |
| Serveur cloud | | 31 000 | 31 000 | 31 000 | 31 000 | 31 000 |
| Service API | | 48 000 | 48 000 | 48 000 | 48 000 | 48 000 |
| Total | 0 | 1 612 600 | 784 600 | 1 004 600 | 904 600 | 901 000 |

Chiffres d'affaires

Service N°01

Compagne publicitaire

| Année 01 | Année 02 | Année 03 | Année 04 | Année 05 |
|----------|----------|----------|----------|----------|
| 159 | 200 | 240 | 288 | 345 |
| 10500 | 10500 | 12600 | 12600 | 15000 |
| 1669500 | 2100000 | 3024000 | 3628800 | 5175000 |

Service N°02

Commission réservation d'hôtel

| Année 01 | Année 02 | Année 03 | Année 04 | Année 05 |
|----------|----------|----------|----------|----------|
| 200 | 240 | 288 | 345 | 414 |
| 3341 | 3341 | 3341 | 3341 | 3341 |
| 668200 | 801840 | 962208 | 1152645 | 1383174 |

Service N°03

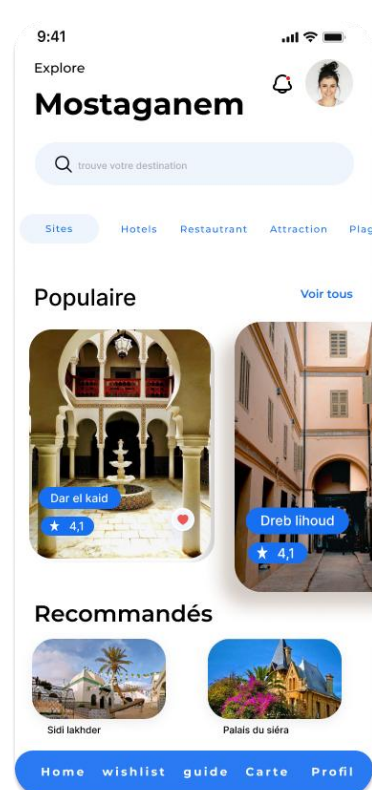
Commission réservation restauration

| Année 01 | Année 02 | Année 03 | Année 04 | Année 05 |
|----------|----------|----------|----------|----------|
| 125 | 150 | 180 | 216 | 259 |
| 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 |
| 187500 | 225000 | 270000 | 324000 | 388500 |


Service N°04

Abonnement pour le guide et mode hors ligne

10. Prototype



9:41



Kharouba

AZ Montana

★ 4,1 (250 Vu) 16 703 DA 22.25 juin

Un merveilleux hôtel au standards internationaux, avec un excellent accueil et un service professionnel, avec une vue panoramique, restauration délicieuse ...

[Lire plus](#)


Services

- Spa
- picine
- sport
- climat

Donner une note ou une avis
partagez votre expérience pour aider les autres utilisateurs

[Publier](#) [Réserver](#)

9:41



Dar El Kaid

★ 4,1 (250 Vu)

L'un des plus beaux palais ottomans d'Algérie, se trouve dans casbah de tabana, il a été construit par al-bay mustafa Al-masrati connu sous le nom Bouchla ...

[Lire plus](#)

Donner une note ou une avis
partagez votre expérience pour aider les autres utilisateurs

★ ★ ★ ★ ★


Avis des utilisateurs

Nadia Bentaifour 10 |

Il y a une semaine
endroit sympa si vous êtes de passage à mostaganem

[+ Publier](#)

9:41



Salamandre

Bekhchi's

★ 4,1 (250 Vu) Plat Menu

Un merveilleux hôtel au standards internationaux, avec un excellent accueil et un service professionnel, avec une vue panoramique, restauration délicieuse ...

[Lire plus](#)

Services

- plat
- traiteur
- Wifi
- Café

Donner une note ou une avis
partagez votre expérience pour aider les autres utilisateurs

[Publier](#) [Réserver](#)

9:41



Tramway à Mostaganem

40 DA


Entré en service le 18 février 2023, le tramway de la DAHRA parcourt 14,2 Km dans Mostaganem il se compose de deux lignes : un premier de 12 KM reliant Salamandre à Kharouba, et un second de 2 Km reliant le centre-ville à la gare SNTF

Lignes

- T1: liaison entre Salamandre et kharouba
- T2: liaison entre la gare SNTF et la nouvelle gare routière



Support



Salut
comment puis je vous aider?

- Contctez nous via chat
- Envoyez-nous un E-mail
- FAQs

9:41

BONJOUR,
Nadia bentaifour

- Réservations
- Wishlist
- Mes données personnelles >
- offres premuim >
- Aidez-moi >
- Mode-hors connexion
- Conditions d'utilisation >
- Politique de confidentialité >
- Les cookies de tiers >
- Evaluez-nous >

[Se déconnecter](#)

Table des matières

| | |
|--|-----------|
| PREMIERE PARTIE Mémoire Académique | 4 |
| Introduction générale..... | 6 |
| Chapitre I Théorie et concepts | 8 |
| I. Introduction :..... | 8 |
| II. Définition du français sur objectif spécifiques | 8 |
| III. Caractéristiques principales du FOS..... | 9 |
| IV. Avantages du FOS | 9 |
| V. Les domaines du français sur un objectif spécifique (FOS) | 10 |
| Chapitre II Le français du tourisme | 12 |
| I. Introduction | 12 |
| II. Définition et importance du français touristique | 12 |
| III. Le rôle du français du tourisme dans l'industrie touristique..... | 13 |
| IV. Compétences linguistiques requises (vocabulaire, expressions idiomatique) ... | 14 |
| Conclusion générale | 17 |
| DEUXIEME PARTIE Mémoire Projet start up | 20 |
| Résumé du projet | 21 |
| 1. Présentation de l'idée et de l'origine du projet..... | 21 |
| Logo du projet..... | 22 |
| Objectifs de l'application | 23 |
| Quels services offre notre application..... | 23 |
| 2. La valeur proposée | 23 |
| Les aspects d'innovation | 24 |
| 3. L'étude du marché :..... | 24 |

| | |
|--|-----------|
| Tendance actuelle | 24 |
| Taille et dimension du marché | 25 |
| Réglementations et conditions d'accès..... | 25 |
| Spécificités du marché local..... | 25 |
| 4. Clientèle cible | 26 |
| Ses besoins et ses envies : | 26 |
| Critères d'achat | 27 |
| Impact du prix | 27 |
| Zones et habitudes de consommation | 27 |
| L'analyse des concurrents « <i>TripAdvisor</i> »..... | 27 |
| 5. Model économique | 28 |
| 6. Les stratégies marketings et ventes : | 29 |
| 7. Analyse SWOT | 30 |
| 8. Présentation du business model canevas : BMC | 32 |
| 9. Plan financier | 34 |
| 10. Prototype | 39 |