

Pour l'élaboration d'un dictionnaire de promotion hôtelière français-arabe : exemple de collaboration scientifique internationale entre Valence et Tanger

M^a Elena Baynat Monreal

IULMA-València, Universitat de València, Espagne

melena.baynat@uv.es

Mercedes López Santiago

Universitat Politècnica de València, Espagne

mlosan@idm.upv.es

Abdelouahab El Imrani, Chakib Ibaidi

Ecole Supérieure Roi Fahd de Traduction, Tanger, Maroc

abdelimrani@hotmail.com/chakibelbaidi@hotmail.com



Synergies Espagne n° 5 - 2012 pp. 129-147

Reçu le 05-12-2011/accepté le 15-02-2012

Résumé : La présentation d'un dictionnaire français-arabe, dans le cadre d'un projet innovateur d'élaboration de dictionnaires bilingues de promotion hôtelière (français-arabe, anglais-arabe, espagnol-arabe), proposé par l'IULMA-Valencia (Espagne) et l'École Supérieure Roi Fahd de Traduction (Maroc), réalisé par une équipe de chercheurs spécialistes en terminologie et lexicographie, est l'occasion de mettre en relief des collaborations internationales et scientifiques interuniversitaires particulièrement prometteuses.

Mots-clés : dictionnaire, lexicographie, promotion hôtelière, collaboration internationale

Para la elaboración de un diccionario de promoción hotelera francés-árabe: ejemplo de colaboración científica internacional entre Valencia y Tánger

Resumen: La presentación de un diccionario árabe-francés enmarcado en un innovador proyecto para la elaboración de diccionarios bilingües de promoción hotelera (francés-árabe, inglés-árabe, español-árabe) propuesto por el Instituto IULMA-Valencia (España) y la Escuela Superior Roi Fahd de Traducción (Marruecos) y realizado por un grupo de investigadores especialistas en terminología y lexicografía supone la oportunidad de llevar a cabo colaboraciones internacionales y científicas interuniversitarias particularmente ventajosas.

Palabras clave: diccionario, lexicografía, promoción hotelera, colaboración internacional

**The production of a French/Arabic dictionary of hotel promotion:
A project of international collaboration (Valencia/Tangier)**

Abstract: In this article we present an innovative project aimed to elaborate bilingual dictionaries of hotel promotion (French/Arabic, English/Arabic and Spanish/Arabic). This project is the result of a fruitful collaboration agreement between the *Institut Interuniversitari de Llengües Modernes Aplicades* at the *Universitat de València* (IULMA-UV) and the High School of Translation Roi Fahd

(Morocco), which has materialized in the French/Arabic dictionary we describe here. Carried out by a group of researchers specialized in terminology and lexicography, this project brings to light international and scientific inter-university collaborations.

Keywords: dictionary, lexicography, hotel promotion, international collaboration

Présentation

De nombreuses recherches universitaires contemporaines dans le domaine de la linguistique privilégient l'étude des langues de spécialité pour rapprocher l'Université du monde du travail, comme il est conseillé dans les programmes d'études de l'Espace Européen de l'Enseignement Supérieur¹. Une autre tendance actuelle, conséquence directe de cette réalité, est l'étude de ces langues à partir de corpus linguistiques de la langue ciblée dans des contextes réels et professionnels. C'est dans cette voie de recherche que se sont engagés l'IULMA (*Instituto Interuniversitario de Lenguas Modernas Aplicadas*) de l'Université de Valencia (Espagne) et l'École Supérieure Roi Fahd de Traduction de l'Université *Abdelmalek Essaadi* de Tanger (Maroc).

L'unité de recherche CETIVA (*Centro de Terminología Industrial de la Comunidad Valenciana*), conduite par Enrique Alcaraz Varó, de l'Université d'Alicante (Espagne) est à l'origine de l'Institut IULMA. L'équipe de chercheurs de CETIVA a intégré des spécialistes de différentes branches du savoir (le droit, l'économie, la pharmacie, la médecine ou l'informatique) pour élaborer des dictionnaires bilingues spécialisés dans divers domaines professionnels (la céramique, les jouets, les affaires, la communication interculturelle, etc.). En 2005, l'IULMA, composé de chercheurs de l'Université d'Alicante, de l'Université *Jaume I* de Castellón et de l'Université de Valencia, a été officiellement constitué. Les équipes de recherche de ces trois sièges universitaires travaillent d'une manière coordonnée mais indépendante dans les domaines de leurs compétences : elles organisent des journées ou congrès nationaux et internationaux, établissent des accords avec des institutions publiques et privées et offrent des services professionnels en langues modernes. L'IULMA rassemble un grand groupe de spécialistes en plusieurs langues (anglais, français, espagnol, valencien, italien, etc.) intéressés par les applications de la linguistique aux environnements professionnels et académiques dans le but d'intégrer l'Université dans la société et de transférer les résultats de leurs recherches.

Créée en 1983 dans la ville de Tanger (Maroc), l'École Supérieure Roi Fahd de Traduction accueille sa première promotion en septembre 1986. Ce centre qui dépend de l'Université *Abdelmalek Essaadi* de Tétouan-Tanger développe l'enseignement et la recherche en traduction et interprétation et dans d'autres disciplines connexes. Son but principal est de former des traducteurs de haut niveau ayant pour langue de base l'arabe. Cette école de traduction comprend quatre départements : anglais, français, espagnol et allemand. La combinaison linguistique des langues A, B et C des départements est la suivante: français (arabe, anglais et français); anglais (arabe, français et

anglais); espagnol (arabe, espagnol et français) ; et allemand (arabe, allemand et français). En outre, l'Ecole Supérieure Roi Fahd de Traduction organise des congrès, conférences, colloques et séminaires de traduction et d'interprétation.

En 2010, l'IULMA et l'Ecole Supérieure *Roi Fahd* de Traduction ont signé un accord - prévu pour deux années et en cours actuellement- afin d'élaborer des dictionnaires bilingues (français-arabe; espagnol-arabe; anglais-arabe), d'environ 1000 entrées chacun, dont le thème principal concerne la promotion hôtelière. Les membres participants à ce projet, professeurs d'anglais, d'arabe, d'espagnol et de français de ces deux centres universitaires sont :

À l'École Supérieure *Roi Fahd* de Traduction de Tanger: Mohamed Benhaddou, Fatiha Afif, Mohamed el Mediouni, Tayeb Boutbouqalt, Rachid Barhoune, Noureddine Chemlali, Chakib Ibaïdi et Abdelouahab El Imrani.

À l'*IULMA-Valencia*: Miguel Fuster Márquez, Nuria Edo Marzá, Julia Sanmartín Sáez, Virginia González García, M^a Elena Baynat Monreal, M^a Julia Pinilla Martínez, Francisca Suau Jiménez (*Universitat de València*) et Mercedes López Santiago (*Universitat Politècnica de València*).

1. Les groupes de recherche et leur collaboration

Avant de décrire le processus d'élaboration du dictionnaire de promotion hôtelière, nous expliquerons d'abord ses origines, c'est-à-dire, la constitution et le parcours de nos équipes. En premier lieu, il est important de préciser que le tourisme, secteur fondamental de l'économie au niveau international, représente un pilier vital de l'économie de València et de Tanger : cette observation constitue en effet le point de départ commun de nos recherches. En deuxième lieu, il est impossible de ne pas souligner ici que l'internet est, comme chacun sait, un moyen de diffusion efficace dans tous les secteurs de l'économie mondiale et qu'il est par conséquent devenu un moteur nécessaire de plus en plus utilisé dans la promotion des produits touristiques.

1.1. Groupe de València : Trois projets réussis

Sur la base de ces deux constats, en 2009, l'équipe de chercheurs valenciens a analysé, dans le cadre d'un projet de recherche, la qualité et l'incidence de l'utilisation des langues étrangères dans la promotion touristique sur Internet de la ville de València en Espagne. Le résultat de ce projet, appelé COMETVAL (*Corpus Multilingüe en Turismo de la Universidad de València*), est un corpus informatisé, construit au moyen d'un logiciel appelé *FileMakerPro*² qui a été nourri et élargi au cours d'un deuxième projet³ avec des textes représentatifs de genres utiles aux recherches des professeurs de l'équipe espagnole (brochures touristiques de villes et d'hôtels, titres de transport, livres spécialisés) et des sites en langue originale (pages d'internet, pages institutionnelles, normes ISO, forums, blogs touristiques, sites publicitaires d'hôtels). Durant ce deuxième projet, l'équipe a construit les schémas conceptuels correspondant aux champs sémantiques qui seront employés pour l'élaboration de dictionnaires et dans d'autres recherches. Cette étape a déjà porté ses fruits : une publication sur le

discours touristique et Internet⁴ dans laquelle les auteurs analysent les genres repérés sur le web en relation avec le secteur touristique d'un point de vue linguistique, lexicologique et discursif.

Suite à ces deux projets, l'équipe valencienne s'est engagée dans un troisième projet⁵ pour confectionner un autre corpus contenant des pages web d'hébergements touristiques : hôtels, palaces, chambres, hôtels, gîtes ruraux, auberges, campings, etc. au moyen du même logiciel informatique - *FileMakerPro*-. Ce dernier corpus constituera la base des dictionnaires de promotion hôtelière parmi lesquels se trouve celui que nous présentons dans cet article, résultat de notre projet de collaboration internationale (Tanger/Valencia). L'objectif suivant des chercheurs valenciens sera la constitution d'un autre corpus électronique contenant des pages web touristiques classifiées selon de nouveaux centres d'intérêt concernant le domaine du tourisme.

1.2. Groupe de Tanger : Activité de recherches et collaborations internationales

De son côté, l'équipe de Tanger, Groupe de Recherche « *Traduction et Communication Interculturelle* » de l'Ecole Supérieure *Roi Fahd* de Traduction (Université *Abdelmalek Essadi* Tanger- Maroc) a été créée en 2006. Ce groupe, constitué par les enseignants permanents de l'Ecole Supérieure *Roi Fahd* de Traduction, des doctorants de cet établissement et par d'autres membres externes à cette institution, travaille sur trois axes: « La traduction et la communication interculturelle », « La traduction et le dialogue des religions » et « La traduction et l'autre ».

Cette équipe a dirigé divers travaux scientifiques achevés ou en cours de réalisation. En premier lieu, Nourddine Chamlali, membre du groupe de recherche marocain, a élaboré un *Lexique électronique Trilingue des verbes (français-anglais-arabe)*. Cette recherche sur le lexique s'appuie sur une base de données lexicale des verbes de l'arabe standard moderne constituée à partir d'un dépouillement exhaustif des dictionnaires bilingues. Ce lexique électronique est considéré actuellement comme l'une des principales références pour l'arabe standard moderne notamment au niveau de la traduction française et anglaise, langues qui ont favorisé la saisie des nuances des « sens » et la « précision » des verbes de l'arabe. Le formalisme informatique a rendu possible le traitement automatique du système verbal à partir d'un ensemble de programmations (*Visuel Basic*...), préalablement définies. L'équipe marocaine centre actuellement ses recherches sur les thèmes suivants : la traduction, l'enseignement et la lexicographie. En ce qui concerne la traduction, il faut insister sur le recueil, la classification et la traduction des écrits occidentaux sur le Maroc.

Ce groupe de recherche collabore également avec d'autres Institutions Européennes : d'une part, un projet d'enseignement de l'arabe aux non francophones, en collaboration avec la *Haute Ecole Francisco Ferrer* à Bruxelles (élaboration de manuels de langues) et, d'autre part, un projet d'enseignement à distance avec l'Ecole *Lessius Hogeschool* à Anvers en Belgique. Quant à

la lexicographie, il faut mentionner un travail sur la métalexigraphie des dictionnaires de langue bilingues français-arabe/français-arabe contemporains (*Le Manhal, Le Sabiil, et le Kâmil*) dirigé par le professeur Chakib Elbaidi ; cette recherche, articulée sur l'étude et l'analyse contrastive des dictionnaires bilingues et de leurs informations respectives, de l'attestation des entrées, de l'étude de la micro et macrostructure dans ces ouvrages et de la fiabilité des données, a débouché sur une proposition de rectification des données erronées dans le dictionnaire bilingue *Assabile* de D. Reig publié chez Larousse en 1983. Parallèlement à cette recherche, Mr Chakib Elbaidi s'occupe en ce moment de la réalisation d'un dictionnaire de citations, d'expressions idiomatiques et de locutions en arabe pour les besoins des traducteurs. Ce groupe de recherche, en étroite collaboration avec la faculté des Sciences et Technologies de Tanger, entame cette année l'élaboration de la partie arabe (construction de la macro et microstructure) du dictionnaire multilingue anglais, espagnol, allemand et français dans le domaine maritime intitulé *Dictionnaire de l'Océan*, publié en 1989, avec le concours du Commissariat Général de la Langue Française, du Ministère de la Recherche et de la Technologie, de la Principauté de Monaco et du Conseil International de la Langue française.

1.3. La collaboration

En 2009, Francisca Suau, professeure de l'Université de Valencia et directrice de l'Institut IULMA-Valencia, contacte des professeurs de l'École Supérieure *Roi Fahd* de Traduction, dans le but de leur proposer des projets linguistiques en collaboration. En 2010, les deux équipes de travail se sont engagées officiellement pour partager leurs recherches et connaissances au moyen de la signature d'une convention entre les deux institutions. Lors d'une première réunion à Tanger, il est accordé que ce projet de collaboration, d'une durée de deux ans (2010-2012), viserait à l'élaboration conjointe des dictionnaires bilingues de promotion hôtelière cités auparavant. Cette rencontre a permis de tracer le chemin à suivre : les objectifs, les résultats attendus, la méthodologie du travail, les phases du projet, la chronologie des réunions, la composition des deux équipes de recherche, les documents et le matériel informatique nécessaire. D'une part, pour surmonter les difficultés provoquées par la distance géographique qui sépare nos deux institutions, nous avons maintenu des contacts réguliers grâce à Internet : courrier électronique, Skype, espace collaboratif Ning, etc. D'autre part, pour pouvoir maîtriser les programmes informatiques nécessaires à nos recherches, une étape de formation pour les deux équipes a été convenue, d'abord à Valencia, ensuite à Tanger. Ainsi, nous avons assisté à des cours⁶ durant la première phase de formation de l'équipe valencienne qui s'est déroulée à l'Université de Valencia.

Ensuite, lors de la deuxième réunion célébrée à l'École Supérieure *Roi Fahd* de Traduction à Tanger, des membres de l'équipe de Valencia ont assumé la formation⁷ de l'équipe de chercheurs marocains aux mêmes méthodologies et logiciels étudiés à Valencia.

En outre, de nombreuses réunions de travail ont été organisées de part et d'autre de la Méditerranée et au sein de chaque équipe de chercheurs dans

le but d'assurer le suivi du projet, de réaliser les changements et corrections nécessaires, de résoudre les problèmes techniques. Pour des raisons méthodologiques, des réunions par langues mais aussi des réunions générales avec tous les chercheurs de chaque pays ont été convoquées de manière régulière. En effet, l'équipe valencienne s'est déplacée à Tanger (décembre 2009 et avril 2010) et l'équipe marocaine à Valencia (mai 2010) pour faire la mise au point du travail réalisé, compléter la formation technologique et coordonner les phases du travail qu'il restait à faire par chaque équipe et par l'ensemble des chercheurs.

À l'heure actuelle, l'équipe valencienne a constitué le corpus de documents concernant la promotion hôtelière et entame la sélection des entrées du dictionnaire dans les trois langues ciblées dans le projet de collaboration : le français, l'espagnol et l'anglais. Des réunions régulières ont été organisées pour arriver au consensus des critères d'élaboration des entrées du dictionnaire : modèle à suivre, définitions, exemples, équivalents dans les trois langues, etc. De son côté, l'équipe marocaine achève la constitution du corpus de documents et termes en langue arabe en tenant compte des définitions et opinions des collègues valenciens spécialisés en chaque langue d'origine et continue de maintenir des réunions périodiques de coordination entre eux, avec la totalité des chercheurs valenciens et aussi par couples de langues (arabe/français, arabe/anglais, arabe/espagnol).

Prochainement, de nouvelles réunions de collaboration entre les deux équipes (Valencia/ Tanger) seront nécessaires pour mettre en commun les entrées définies et rédigées en espagnol, français et anglais que l'équipe marocaine traduira en arabe, analyser les conditions particulières des groupes de langues concernées, étudier ensemble les problèmes de traduction et prendre les meilleures décisions tout au long du projet et au fur et à mesure des besoins.

2. Dictionnaires de tourisme en français et arabe

La présentation de notre dictionnaire de promotion hôtelière est l'occasion de dresser un panorama général des principaux dictionnaires du domaine du tourisme existant en langue française et arabe. Pour des raisons méthodologiques, nous avons retenu des dictionnaires français au format imprimé concernant le tourisme publiés entre les années 2000 et 2011. Cette liste de dictionnaires ne saurait être exhaustive : il s'agit d'un bref aperçu dans le but de décrire d'une manière générale le paysage lexicographique propre à ce secteur.

2.1. Dictionnaires français aux formats imprimé et électronique en ligne

Le *Dictionnaire des concepts et méthodes de l'observation touristique*, publié en 2000 par l'Observatoire National du Tourisme précise la signification et la portée des observations réalisées à partir des enquêtes de la Direction du Tourisme. Ce guide est un instrument de travail opérationnel pour les chercheurs, les enseignants, les étudiants et les responsables de comités et d'offices de tourisme.

Jean-Jacques Cariou, auteur du *Dictionnaire de marketing hôtellerie tourisme restauration*, publié en 2005 considère que l'hôtellerie, le tourisme et la restauration sont des objets du marketing mais également des acteurs créatifs. Il pense que son dictionnaire est utile pour les étudiants, les professeurs, les professionnels et les journalistes de l'hôtellerie, du tourisme et de la restauration.

Le Dicotour: Dictionnaire pratique des 2000 mots et sigles du tourisme, de Jean-Jacques Olivier et Georges Colson, publié en 2006, comprend le vocabulaire technique des agents de comptoir, des tours opérateurs, des compagnies d'aviation, de navigation et de chemins de fer, les entités administratives nationales et internationales, les grandes associations, les conventions internationales de l'aviation, les alliances des compagnies et des chaînes hôtelières, les parcs d'attraction, les foires, etc. Il s'adresse en priorité aux professionnels de ce secteur et aux étudiants qui se préparent pour exercer avec succès un métier du tourisme.

Nous voudrions signaler ici que, lors de notre recherche, nous n'avons repéré qu'un seul dictionnaire de gestion spécifique au secteur de l'hôtellerie-restauration: le *Dictionnaire de Gestion Hôtelière Loisirs Restauration*, de Jean-Philippe Barret et Eric Le Bouvier, publié en 2007. Ce dictionnaire comporte l'essentiel des connaissances requises en gestion hôtelière et comprend les termes les plus fréquents dans les documents internes des sociétés hôtelières, de la presse professionnelle et des manuels scolaires. Il s'adresse aux étudiants, aux journalistes, et surtout aux professionnels de l'hôtellerie, de la restauration et des loisirs.

Enfin, nous indiquerons le *Dictionnaire de l'hébergement*, d'Henri Enhart et Henri Bayol, publié en 2009, qui recense des termes professionnels caractérisant l'hébergement au cœur de l'hôtellerie et la restauration. Les mots-clés ont été définis de manière concise et les plus complexes ont été illustrés par des situations professionnelles.

En ce qui concerne les dictionnaires français de tourisme en ligne, nous remarquerons le *Dicotour : les mots de la géographie du tourisme* inclus dans *Géotourisme*, site consacré à la formation professionnelle.

Citons également des dictionnaires généraux en ligne dont nous avons tenu compte parce qu'ils offrent des termes spécifiques du tourisme : en premier lieu, le *Dictionnaire Larousse* (<http://www.larousse.com/fr/>) qui comprend des définitions, expressions, synonymes, antonymes, difficultés et citations, en deuxième lieu, le *Trésor de la langue française*, dictionnaire du XIXe et XXe siècle, qui fournit la définition, l'étymologie, des citations, des synonymes et des antonymes, enfin le *Dictionnaire vivant de la langue française* (<http://dvlf.uchicago.edu>) qui donne plusieurs définitions avec des exemples repérés dans des dictionnaires français.

2.2. Dictionnaires bilingues aux formats imprimé et électronique en ligne

Nous présenterons maintenant deux dictionnaires bilingues (français-espagnol) imprimés: *Le Diccionario de términos de turismo* et *Les mots-clés du Tourisme et de l'Hôtellerie*.

Le Diccionario de términos de turismo, francés-español, de Montserrat Planelles, Marina Aragón Cobo, Mercedes Eurrutia Cavero et Fernande Elisabeth Ruiz Quemoun, publié en 2009, est un dictionnaire spécialisé en termes appartenant au secteur du tourisme : l'hôtellerie, la restauration, la gestion, le marketing, le droit et les assurances. Il inclut aussi des termes d'autres domaines tels que la culture, les spectacles, les sports, le climat, le paysage et la santé.

Le dictionnaire élaboré par Duvillier et publié en 2007, dont le nom désigne clairement la portée, est un autre ouvrage de référence: *Les mots-clés du Tourisme et de l'Hôtellerie*, français-espagnol. Il propose une sélection de mots et d'expressions spécifiques au tourisme et à l'hôtellerie (3000 termes), grâce à des phrases de mise en contexte et à un classement thématique regroupant les mots de la même famille ou du même domaine d'activité.

Deux dictionnaires français-anglais qui n'existent pas non plus sur support électronique doivent être signalés : le *Dictionnaire pour Voyageurs et Touristes* et *Les mots-clés du tourisme et de l'hôtellerie*.

Le *Dictionnaire pour Voyageurs et Touristes - Français/ Anglais - Anglais/Français*, de H. Goursau, publié en 2008, constitue un instrument de travail essentiel pour tous les professionnels du tourisme. Il inclut 6000 mots pratiques pour visiter, se promener, se distraire, loger, se restaurer, faire les magasins et s'exprimer dans les situations les plus courantes. *Les mots-clés du tourisme et de l'hôtellerie*, de Joëlle Rouanet-Laplace propose une sélection de mots et d'expressions spécifiques au langage du tourisme ainsi qu'un classement thématique regroupant les mots de la même famille ou du même domaine d'activité. L'édition de 2008 offre un panorama actuel et complet du langage spécifique du tourisme, en anglais et en français, et intègre notamment le vocabulaire lié aux nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Les principaux ouvrages lexicographiques bilingues et multilingues de tourisme en ligne que nous voudrions mentionner ensuite sont: *Le Thesaurus Multilingue (français, anglais, espagnol) du Tourisme et des Loisirs* publié par l'OMT en 2001 et *le Glossaire des hébergements touristiques* (2006).

D'autres dictionnaires bilingues et multilingues techniques et généraux contiennent aussi des termes touristiques : le *Grand dictionnaire terminologique*, d'abord, développé par l'Office de la langue française du Québec, qui permet de consulter la définition en français et la traduction en anglais de milliers de termes techniques et le *Dictionnaire Larousse.com* ensuite, qui offre plusieurs ouvrages bilingues en plusieurs langues (français-espagnol, français-anglais, français-allemand, français-arabe, etc.) et où l'on peut solliciter la traduction de termes de la langue générale mais aussi de termes techniques appartenant au domaine du tourisme et à d'autres domaines.

D'autres dictionnaires multilingues pareillement consultables en ligne - *Reverso*, *Sensagent*, *Médiadico* et *Linternaute* - possèdent également des dictionnaires français qui fournissent définitions, synonymes, homonymes, expressions et sorties vocales.

Il existe aussi de nombreux traducteurs gratuits en ligne qui traitent des termes généraux et spécialisés en indiquant la langue source et la langue cible. Parmi les plus connus, nous nommerons : *Reverso.net*, *Wordreference.com*, *Travlang.com*, *Google Traduction* ou *Babylon.com*. L'intérêt de *Travlang.com* (<http://voyage.enligne.fr/a/guide/430.php>) est le grand nombre de langues représentées : une centaine dont certaines sont peu fréquentes, tels que l'ido, le sesotho, le sinhala ou le tagalog.

2.3. Dictionnaires en arabe aux formats imprimé et électronique en ligne

L'absence de dictionnaires arabes de spécialité est un fait réel dont tous les acteurs du domaine se plaignent: les enseignants et étudiants de traduction mais aussi les professionnels de presque tous les secteurs. Les seuls dictionnaires existant sur le marché se limitent à l'initiative individuelle, produits le plus souvent sans l'appui des institutions officielles arabes, comme, par exemple, les Ministères de l'Éducation, de la Culture ou les Académies de la Langue et des Sciences.

Le lexicographe marocain, dans la confection d'un dictionnaire de spécialité, souffre, entre autres contraintes, de l'absence de critères communs dans le choix de termes de la nomenclature. Le problème est dû très souvent aux multiples équivalences unifiées pour un seul terme de spécialité, proposées et adoptées unanimement par différentes institutions de terminologie (Académies de Langue : Académie du Caire, de Damas, de Bagdad, d'Amman, et de Rabat). Le locuteur arabophone, face à cette diversité d'équivalences proposées, est libre de choisir parmi différentes traductions selon le pays et décide, pour ainsi dire, le terme le plus adéquat dans la communication selon sa fréquence d'utilisation. Pour ce qui est des équivalents non unifiés des termes de spécialité parmi les arabophones du Maghreb et du Machrek⁸, il faut souligner que l'influence du français justifie le choix des termes du locuteur dans le Maghreb, et celle de l'anglais dans le Machrek.

Parmi les recherches que nous avons menées nous avons constaté que le nombre de dictionnaires spécialisés en langue arabe dans le secteur du tourisme, en général, et de promotion hôtelière, en particulier, est très restreint et ce handicap conditionne directement notre recherche. Nous citerons donc les seuls dictionnaires trouvés sur ce sujet :

Le *Qamus assiyaha wa alfandaqa*, قاموس السياحة والفندقة, *Tourism and Hotelbusiness Dictionary* (Dictionnaire de Tourisme et Hôtellerie) élaboré par Mohamed Shehata et publié en 1999 à Alexandrie : il s'agit d'un dictionnaire bilingue anglais-arabe très succinct où figurent les entrées en anglais suivies des abréviations de la catégorie grammaticale et leurs équivalents en arabe.

Le deuxième dictionnaire repéré est l'*Almoujam al-mouahhad li-mostalahat oloum assiyaha*, *المعجم الموحد لمصطلحات علوم السياحة Unified Dictionary of Tourism Terms* (Dictionnaire unifié des Termes de Tourisme: figure 1) élaboré par le Bureau de Coordination de l'Arabisation en collaboration avec l'École Supérieure *Roi Fahd* de Traduction et publié en 1999 par l'Organisation Arabe pour l'Éducation, la Culture et les Sciences.

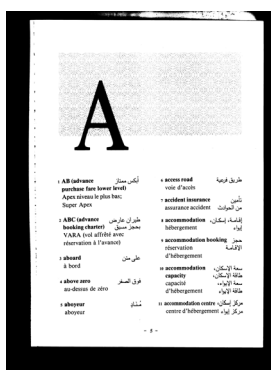
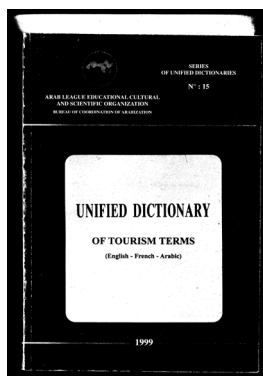


Figure 1 : Page de titre et première page du Dictionnaire unifié des Termes du Tourisme

Il s'agit d'un dictionnaire trilingue anglais-français-arabe d'environ 150 pages dont l'information sur le nombre d'unités lexicales n'est pas fournie : l'entrée apparaît en anglais et en-dessous le terme en français avec les équivalents correspondants en arabe, sans indiquer ni leur catégorie, ni d'autres renseignements complémentaires (comme par exemple, les abréviations). À la fin de l'ouvrage, le dictionnaire est complété par une liste de termes en français et en arabe avec un système de renvois aux termes du dictionnaire.

En troisième et dernier lieu nous disposons de l'*Al-Qamus al-foundouqui* (Dictionnaire de l'hôtellerie) de 164 pages, élaboré par Sami Abdelkader et publié en 2001 chez Maktabat Madbouli. Il ne fournit pas non plus d'information sur le nombre d'entrées lexicales. C'est un autre dictionnaire multilingue (anglais-arabe-français-allemand-italien) où les mots apparaissent répertoriés sous l'entrée principale dans les cinq langues citées.

Ces œuvres, appelées « dictionnaires », ne réunissent pas les conditions minimales d'une œuvre lexicographique proprement dite parce qu'il leur manque les définitions, les abréviations et d'autres informations générales ; par conséquent, on pourrait les considérer de simples glossaires offerts en deux ou plusieurs langues. Quant aux dictionnaires en arabe en ligne, notre recherche n'a pas donné de résultats satisfaisants excepté des listes de mots publiés en anglais sur l'Internet avec des équivalents en arabe concernant le tourisme en général.

3. Le dictionnaire de promotion hôtelière arabe/français : méthodologie et critères d'élaboration

Après ce panorama général des principaux dictionnaires du domaine du tourisme existant en langue française et arabe, nous présenterons précisément

notre dictionnaire de promotion hôtelière sur Internet (arabe/français). Lors des réunions de collaboration mentionnées supra, plusieurs décisions générales avaient été prises par l'ensemble des chercheurs afin de convenir la méthodologie à suivre : critères de sélection des langues et de confection des corpus de documents ainsi que les phases du projet d'élaboration des trois dictionnaires (anglais-arabe, espagnol-arabe, français-arabe).

D'une part, chaque section de l'équipe de chercheurs du projet a spécifié les langues des documents qui composent le corpus des dictionnaires; ainsi, nous avons décidé de travailler uniquement avec les langues standardisées employées en Angleterre, en France, en Espagne et au Maroc⁹; laissant de côté, pour l'instant, d'autres variations géographiques de ces langues, comme par exemple, l'espagnol de l'Amérique du Sud, le français du Canada, l'anglais des Etats-Unis et d'autres variétés de langue arabe, qui pourraient compléter par la suite ces ouvrages et devenir l'objet de nouvelles recherches.

D'autre part, le corpus répertorié en français, ainsi que les corpus en espagnol et en anglais, est composé de documents de promotion hôtelière sur Internet. Cependant, il faudrait signaler que le corpus en langue arabe est aussi composé de documents au format exclusivement imprimé : plusieurs raisons expliquent cette différence avec les autres corpus de notre projet. D'abord, la rareté de la documentation en arabe publiée sur Internet qui est justifiée, à notre sens, par le fait qu'au Maghreb le touriste ciblé est surtout d'origine européenne et, par conséquent, les sites web des établissements hôteliers du pays sont presque tous monolingues (français) ou parfois bilingues (français et arabe) ; pourtant, cette situation diffère au Moyen Orient, privilégié dans ce sens parce que la majorité des touristes sont des arabes et les pages web sont majoritairement monolingues (arabe) ou bilingues (arabe et anglais)¹⁰. Ensuite, la divergence entre les corpus se justifie par des problèmes techniques concernant l'accès et la conversion des documents arabes trouvés sur le net, très souvent protégés (sous format PDF), qui rendent difficile leur modification et leur inclusion dans des logiciels comme, dans notre cas, *Filemaker.Pro*. Les essais de conversion de ces textes PDF ont demeuré vains puisque le convertisseur PDF en Word pour les caractères des langues européennes employés par l'équipe arabe n'est pas compatible avec les caractères des langues sémitiques, l'arabe en particulier¹¹.

La documentation sur le tourisme en langue arabe, en support papier, est réduite mais riche du point de vue terminologique. Nous rapporterons, en premier lieu, un lexique des termes relatifs à l'hôtellerie, la restauration, et d'autres domaines du tourisme réalisé par le Bureau de coordination de l'arabisation dépendant de l'Organisation Arabe pour l'Education, la Culture et les Sciences. Ce lexique est remarquable en raison de la richesse de sa nomenclature attestée et à la rigueur de son élaboration. Le seul inconvénient pour nos recherches est qu'il ne présente que des termes et leurs équivalents, sans renseignements complémentaires. En second lieu, les textes écrits en langue arabe dans les prospectus de promotion touristique trouvés sont insuffisants, se contentant de slogans au détriment d'une description détaillée des lieux touristiques à promouvoir au Maroc. En troisième lieu, la littérature du domaine du tourisme, dispensée dans l'enseignement de cette discipline dans les pays du Golfe, et

toute la bibliographie afférente consultée représente pour nous une source d'information très approfondie, mais malheureusement inexploitable pour des raisons techniques (type de format).

Etant donné ces divergences entre les corpus européen et marocain et dans le but de garantir une meilleure coordination des sections par langues, nous avons pris de nouvelles décisions sur la méthode de travail à suivre : l'équipe valencienne sélectionnera d'abord les entrées du dictionnaire à partir des corpus de documents en langue française, anglaise et espagnole, et ces entrées seront ensuite traduites en langue arabe par l'équipe marocaine, compte tenu des difficultés de repérage des documents en langue arabe, que nous avons expliquées ci-dessus.

Du côté de l'équipe valencienne, pour alimenter le corpus français, nous avons sélectionné les documents selon les critères suivants: type d'établissement, emplacement et catégorie.

En ce qui concerne le type d'établissement, dans un premier moment, nous avons choisi un échantillon suffisamment représentatif des différents hébergements touristiques français (France métropolitaine), non seulement incluant des hôtels de toutes les catégories mais, également, des gîtes ruraux, des chambres d'hôtes, des auberges et des campings. Ce corpus de documents de promotion hôtelière en langue française comprend environ 130.000 mots.

Quant à l'emplacement des établissements hôteliers français et, compte tenu de la grande variété de paysages et de la richesse du patrimoine français, nous avons retenu des hébergements touristiques installés dans des sites hétérogènes : en ville (par ex. : Paris, Marseille, Toulouse, Lyon, Albi, Versailles), à la montagne (par ex. : Grenoble, Strasbourg, Annecy), à la campagne (par ex. : Mauperthuis, Notre-Dame de Bellecombe, Moulin de Pommeuse) et au bord de la Méditerranée et de l'Atlantique (par ex. : Montpellier, Cannes, Bordeaux, Quimper).

Ajoutons que pour établir le corpus en français, nous avons choisi des installations hôtelières de différentes catégories: de 0 à 5 étoiles et de 1 à 4 épis. Pour les hôtels et les campings, cette classification comprend trois catégories : économique (0 à 1 étoile), confort (de 2 à 3 étoiles) et grand confort (de 4 à 5 étoiles) ; quant aux chambres d'hôtes, le label Gîtes de France garantit les normes de confort au moyen d'une classification particulière qui va de 1 à 4 épis. Ces classements varient selon la qualité architecturale de l'établissement et de l'environnement, le degré de confort, la décoration, et les prestations offertes.

Du côté de Tanger, il faut souligner les particularités des textes qui composent le corpus. D'abord, plusieurs thèmes sont présentés au lecteur quelle que soit la nature du support de ces documents: ils traitent aussi bien de l'hôtellerie que de la restauration, la réception, les services et les installations ; selon les catégories des hôtels et des restaurants la qualité des services varient considérablement : c'est pourquoi, plus les établissements sont luxueux, plus les informations sur l'hôtellerie et la restauration sont détaillées, contenant un vocabulaire riche et des termes techniques peu usuels dans nos communications

quotidiennes. Ensuite, l'aspect visuel des textes arabes trouvés comporte assez souvent des illustrations de différents sites et lieux touristiques à promouvoir ; ces images fournissent des renseignements complémentaires sur les chambres de l'hôtel (photos de la chambre, de la salle de bains), les services offerts (salles de sport, moyens de télécommunications et accès à l'internet), la qualité des prestations, la facilité à rendre le séjour du client agréable et la localisation de l'hôtel (carte géographique pour l'orientation et pour la situation du site).

Une fois les corpus complétés dans les quatre langues (anglais, arabe, espagnol et français), nous avons introduit tous les contenus concernant la promotion hôtelière dans le logiciel *Filemaker.Pro* moyennant une fiche ad hoc. Cette fiche de travail que nous avons créée, commune à toutes les langues du projet, comprend plusieurs sections: le titre du document et l'adresse complète du site web, la date de réalisation, les champs thématiques (établissement, ressources humaines, gestion, marketing, chambres, restauration, services et installations, entretien et généralités), le texte et des observations. Nous montrons ci-dessous deux exemples de fiche en français et arabe sur *Filemaker.Pro*.

ARABE	
TITRE DU DOCUMENT OU WEBSITE	والساحلية الفندقية المنشآت قانون الحره الموسوعة جوري سد بيدو ا من مصر () والساحلية الفندقية المنشآت شأن فى 1973 لسنة 1 رقم قانون نصه الاتى القانون الشعب مجلس قرر الجمهورية رنيس الشعب باسم : اصدرناه وقد ،
DATE	04/10/2010
CHAMP THÉMATIQUE	1. ÉTABLISSEMENT 2. RESSOURCES HUMAINES 3. GESTION 4. MARQUETING 5. CHAMBRES 6. RESTAURATION 7. SERVICES ET INSTALLATIONS 8. ENTRETIEN 9. GÉNÉRAL
TEXTE	والساحلية الفندقية المنشآت تحديد: الأول الفصل (2005 لسنة 180 بال قانون مضافة الأذيرة ال فقرة)-1 مادة والساحلية الفندقية المنشآت على قانون هذا أحكام تسرى ال فنادق القانون هذا أحكام تط بيق فى فندقية منشأة وتعتبر وال بوارج العائمة وال فنادق الساحلية والقرى والساحلية المنشآت وكذلك ، الساحلية إقامة المعدة الأماكن من إليها وما ، الساحلية قرار تحديد صدر ال تى المفروشة والشقق والساحلية المنشآت الساحلية المنشآت المعدة الأماكن القانون هذا أحكام تط بيق فى ساحلية منشأة وتعتبر إليهم والمشروبات المكولات لتقديم الساحلية لاسد تقبال أساسا وال كازينو نوهت ليلية والنوادي كالملاهي الأماكن ذات فى لاسد تهلاكها الساحلية وزير من قرار ب تحديد صدر ال تى والمطاعم والحدائق الساحلية ل نزل المخصصة النزل وسائل ساحلية منشأة تعتبر كذلك من قرار ب تحديد صدر ال تى بحرية أو نيلية أو برية رحلات فى الساحلية وزير خدمة منه قرار ب تحديد صدر جديدة أنشطة إضافة لى ساحلية ولوزير والساحلية
OBSERVATIONS	مصر

Figure 2 : Exemple de fiche en arabe sur *Filemaker.Pro*

FRANÇAIS	
TITRE DU DOCUMENT OU WEBSITE	Alizé Hôtel Marseille Vieux Port http://www.alize-hotel.com/
DATE	284/07/2011
CHAMP THÉMATIQUE	1. ÉTABLISSEMENT 2. RESSOURCES HUMAINES 3. GESTION 4. <u>MARQUETING</u> 5. CHAMBRES 6. <u>RESTAURATION</u> 7. SERVICES ET INSTALLATIONS 8. ENTRETIEN 9. GÉNÉRAL
TEXTE	L'HOTEL ALIZE VIEUX PORT Hotel avec vue unique sur le Vieux Port de Marseille, l'Hotel Alizé vous fera vivre la magie d'un des plus vieux site marseillais Situé sur le vieux port dans le centre ville de Marseille, l'hôtel Alizé est un bel immeuble en pierre de taille du XVIII ème siècle entièrement restauré en 2007. Vous serez accueillis dans un cadre chaleureux ou tout a été tout mis en oeuvre pour vous procurer calme détente et confort. Pour en savoir plus ...
OBSERVATIONS	Il offre également des renseignements sur Marseille et sa région.

Figure 3 : Exemple de fiche en français sur *Filemaker.Pro*

Nous avons obtenu un total de 411 fiches en français sur *Filemaker.Pro*. Ce logiciel peut exporter l'information contenue dans les fiches dans un ou plusieurs champs thématiques et aussi en une ou plusieurs langues. Après avoir choisi sur Internet les textes des fiches, nous les avons classés par langue afin de pouvoir ainsi les exporter¹² de *Filemaker Pro* vers d'autres éditeurs de texte. Parmi ces programmes informatiques nous avons décidé d'utiliser WordSmith (dorénavant WS) créé par Mike Scott, « une suite intégrée de programmes permettant d'étudier le «comportement» des mots dans les textes ». Ce logiciel accepte uniquement des fichiers ne comportant pas d'informations de formatage ou de styles, c'est-à-dire des textes.txt. Il comprend trois outils: *WordList*, *Concord* et *KeyWords*. Le premier permet « d'afficher une liste de tous les mots ou clusters de mots d'un texte, classés par ordre alphabétique ou de fréquence » ; le deuxième « d'afficher un mot ou un syntagme en contexte afin de voir quels sont les autres mots qui l'entourent » et le troisième « de rechercher les mots-clés d'un texte » (http://www.lexically.net/downloads/version4/WordSmith_12.pdf)

Grâce à WS, nous avons récupéré les textes de notre corpus en format .txt, et nous avons obtenu les listes de fréquence des unités lexicales moyennant l'outil *WordList* (Figure 3). Après l'analyse détaillée de ces listes, nous avons établi les trois critères de sélection des termes issus du corpus de documents en langue

française décrit antérieurement : la catégorie grammaticale, la fréquence et l'appartenance au sujet. Seuls les noms, adjectifs et verbes concernant la promotion hôtelière et ayant une haute fréquence ont été retenus pour leur analyse.

N°	Word	Freq.	%	Texts	%
1	DE	5.331	5.54	14	100.00
2	ET	2.486	2.58	14	100.00
3	LA	2.166	2.06	14	100.00
4	À	1.979	2.06	14	100.00
5	LE	1.539	1.60	14	100.00
6	LES	1.429	1.48	14	100.00
7	EN	1.104	1.15	14	100.00
8	DES	1.090	1.13	14	100.00
9	POUR	1.072	1.11	14	100.00
10	UN	1.029	1.07	14	100.00
12	VOUS	965	1.00	14	100.00
13	DU	861	0.89	14	100.00
14	HÔTEL	793	0.82	13	92.86
15	CHAMBRE	1.504	0.81	13	92,86

Figure 4 : Exemple de liste de fréquences de notre corpus (*Wordlist* de WS)

De son côté, l'outil *Concord* de WS montre la liste des contextes d'apparition de l'unité du corpus choisie, permettant de cette manière de vérifier la fréquence de ce terme inséré dans une unité lexicale composée : il est possible de sélectionner jusqu'à 5 unités antérieures et postérieures au terme vedette, comme dans les deux exemples qui suivent (Figures 4 et 5) :

N	CONCORDANCE	word	t. os.
1	a passé une dizaine d'années au Grand Hôtel Intercontinental où il a	1,606	0'8%
2	au service d'un hôtel voici ce que l'hôtel Concorde La Fayette vous offre	1,534	0'7%
3	événement ait lieu dans les salons de l'Hôtel Concorde Lafayette	1,769	0.1%
4	aux commandes des cuisines de l'Hôtel Concorde La Fayette sa cuisine	1,634	0.8%
5	savoir-faire d'un traiteur au service d'un hôtel voici ce que l'Hôtel Concorde	1,530	0.6%
6	et conventions les salons Concorde de l'hôtel offrent un espace en m2	225	0.4%
7	Hôtel Concorde La Fayette séminaires	0	0.0%
8	à personnes les Salons Concorde de l'hôtel constituent l'endroit idéal pour	734	0'3%
9	nos offres les Salons Concorde de l'hôtel un lieu d'exception pouvant	734	0'3%
10	Non La Fayette Réceptions traiteur de l'hôtel Concorde La Fayette travaille	3,422	0'9%

Figure 5 : Exemple de concordances du terme « hôtel » de notre corpus (*Concord* de WS)

N	CONCORDANCE	word	t. os.
1	Adultes enfant enfant enfants enfants chambre adulte adulte adultes	3,598	0,2%
2	Adultes enfant enfants enfants chambre adulte adulte adultes	3,590	0'2%
3	des grandes fenêtres de chaque chambre un panorama sur le Bois de	3,691	0'4%
4	séjours vos critères sélectionner une chambre coordonnées confirmation	3,618	0'3%
5	chambre chambre chambre adulte adulte adultes	3,582	0'2%
6	France arrivée départ nuits chambre chambre chambre chambre	3,579	0,2%
7	Paris Cedex France arrivée départ nuits chambre chambre chambre	3,578	0'2%
8	Nuits chambre chambre chambre chambre adulte adultes adultes	3,581	0'2%
9	arrivée départ nuits chambre chambre chambre chambre adulte	3,580	0'2%
10	Boissons et en cas gratuits service en chambre ligne téléphonique directe	4,298	0'4%

Figure 6: Exemple de concordances du terme «chambre » dans notre corpus (*Concord* de *WS*)

Après avoir repéré toutes les unités simples et complexes les plus fréquentes dans notre corpus, grâce à *WordList* et *Concord*, et attesté leur inclusion dans les ouvrages lexicographiques référencés antérieurement, nous avons choisi les entrées définitives du dictionnaire.

Ensuite et dans le but de répertorier toutes les unités qui conformeront les entrées du dictionnaire français-arabe de promotion hôtelière, l'ensemble des chercheurs a rédigé une fiche lexicographique contenant les informations suivantes: entrée du dictionnaire ; catégorie grammaticale ; définition en langue originale (anglais, espagnol ou français) ; exemple en contexte ; synonymes ; équivalents en d'autres langues.

Le modèle de fiche à suivre pour chaque entrée, accordé par l'équipe, est celui-ci :

Entrée du dictionnaire
Catégorie grammaticale
Définition en langue originale (anglais, espagnol ou français)
Exemple en contexte
Synonymes
Équivalents en d'autres langues

Figure 7 :Modèle de fiche d'entrée du dictionnaire

Nous reproduisons ensuite, à titre d'exemple, deux entrées du dictionnaire rédigées par l'équipe :

CHAMBRE	HÔTEL DE CHARME
n.f.	n.m
Pièce d'un établissement hôtelier où l'on couche	Établissement hôtelier rural de 50 chambres maximum
<i>Dans les hôtels Première Classe, les chambres sont agencées pour allier confort et fonctionnalité.</i> [Première Classe Hôtel : http://www.premiereclasse.fr/fr/services/rooms.aspx]	<i>Pomponnées différemment selon l'inspiration de la maîtresse des lieux, les chambres de cet hôtel de charme possèdent toutes une vue sur le parc, le potager ou la piscine chauffée couleur de jade.</i> [Château Les Bruyères. http://www.chateaubruyeres.com/hotel-normandie-photos.html]
Alcôve, dortoir, pièce, studio	
Habitación (espagnol), room (anglais), فندق (arabe)	Hotel con encanto (espagnol), charming hotel (anglais), رحاس قدينف (arabe)

Figure 8 : Exemples de deux entrées du Dictionnaire de Promotion hôtelière

Comme on peut observer dans les exemples montrés ci-dessus et pour une meilleure consultation du dictionnaire, nous avons décidé de présenter séparément les entrées simples et composées ; ainsi, pour le terme « chambre » nous aurions d'abord l'entrée simple et ensuite d'autres entrées composées comme « chambre d'hôte », « chambre simple », « chambre double », etc. Pour la rédaction des définitions nous avons accordé d'éviter le sens général du terme et de limiter ses acceptions au contexte spécifique du domaine touristique. Les exemples d'emploi qui proviennent de notre corpus et leur source de citation (la page web) sont pareillement indiqués dans chaque entrée. Enfin, quand cela a été possible, nous avons fourni les synonymes ainsi que les équivalents dans les autres langues du projet, tout cela en collaboration avec les différentes sections de l'équipe.

Conclusions

Après avoir décrit le processus d'élaboration de ce dictionnaire de promotion hôtelière français-arabe (projet qui vise également l'élaboration de deux autres dictionnaires sur le même sujet avec une méthodologie identique espagnol-arabe, anglais-arabe), avoir expliqué l'origine et la composition des deux équipes de recherche (Valencia/Tanger) et des sections (par langues), avoir présenté les dictionnaires spécialisés dans ce domaine en langue française et arabe ainsi que le processus d'élaboration du dictionnaire, des exemples d'entrées et l'état actuel de la recherche, nous avons l'espoir que ce dictionnaire de promotion hôtelière français-arabe devienne un ouvrage de référence utile aux étudiants, aux chercheurs et aux professionnels du tourisme. Nous espérons, de même, qu'il contribuera à renforcer le développement des activités hôtelières et à promouvoir la coopération économique et le dialogue culturel entre les pays africains arabophones et les pays européens francophones, de manière à ce que de nouvelles relations commerciales s'établissent et se consolident.

Ce premier projet entre nos deux pays marque le point de départ d'une collaboration fructueuse que nous souhaiterions tous intensifier dans l'avenir ; en effet, nous avons prévu des éditions complémentaires de ce dictionnaire à

l'aide d'autres documents imprimés et électronique ou concernant d'autres langues (le chinois ou le russe par exemple) dans le cadre de nouveaux projets de collaboration internationale.

Bibliographie

Aragón, M. et al. 2006. *Diccionario de términos del turismo, francés-español*. Alicante: Ariel.

Barret, J-P., Le Bouvier, E. 2007. *Dictionnaire de gestion. Hôtellerie loisirs restauration*. <http://www.editions-bpi.fr/livres-pdf/r%c3%a9glementation/e1794-dictionnaire-de-gestion.pdf>. (Consulté le 19/10/2011).

Carriou, J-J. 2005. *Dictionnaire de marketing. Hôtellerie Tourisme Restauration*. Clichy : Editions BPI.

Dicotour. Les mots de la géographie du tourisme. In : *Géotourisme, le site de la géographie touristique en France et dans le monde*. http://geotourweb.com/nouvelle_page_56.htm (consulté le 28/11/ 2011).

Dictionnaire des concepts et méthodes de l'observation touristique. 2000. Observatoire national du tourisme. La documentation française.

Dictionnaire Larousse. <http://www.larousse.com/fr/> (consulté le 19/10/2011)

Dictionnaire vivant de la langue française. <http://dvlf.uchicago.edu> (consulté le 19/10/2011).

Duvillier, M. 2007. *Les mots-clés du tourisme et de l'hôtellerie*. Paris: Editions Bréal.

Enhart, H., Bayol, H. 2009. *Dictionnaire de l'hébergement*. Clichy: Editions BPI.

Glossaire des événements touristiques. <http://pro.savoie-mont-blanc.com/docs/1650-1-glossaire-des-hebergements-pdf.pdf> (Consulté le 28 novembre 2011).

Grand dictionnaire terminologique. Office de la langue française du Québec. <http://www.granddictionnaire.com> (Consulté le 19/10/2011)

Olivier, J-J., Colson, G. 2006. *Le dicotour: dictionnaire pratique des 2000 mots et sigles du tourisme*.

Orban, L. 2008, *Parler les langues de l'Europe*. In : ec.europa.eu/publications/booklets/move/74/fr.doc

Rouanet-Laplace, J. 2008. *Les mots-clés du tourisme et de l'hôtellerie*. Paris: Éditions Bréal.

Sanmartín Sáez, J. (Coord.) 2012. *Discurso turístico e Internet: normas y usos*. Madrid: Iberoamericana Libros/Editorial Vervuet.

Notes

¹ « Pouvoir communiquer dans plusieurs langues est un formidable atout pour les particuliers, les organisations, les entreprises » (Orban, 2008 : 2).

² Il s'agit d'un outil informatique utilisé pour créer des bases de données relationnelles pouvant contenir différents types de documents. Il permet aussi de partager ces données avec d'autres usagers, de les exporter, de faire des recherches spécifiques, etc.

³ Le deuxième projet *-Implementación y explotación léxica del corpus turístico multilingüe de la Comunidad Valenciana-* dirigé par Julia Sanmartín Sáez, a été accordé en 2010 par le *Vicerrectorado de Investigación* de l'Université de Valence (*programa de subvenciones internas*).

⁴ Le titre de ce livre est *Discurso turístico e Internet: normas y usos* (cf. bibliographie).

⁵ Le troisième projet *-Análisis léxico y discursivo de corpus paralelos y comparables (español-inglés-francés) de páginas electrónicas de promoción turística-*(proyecto de investigación fundamental no orientada: plan nacional I+D+I, 2008-11), a été dirigé par Julia Sanmartín Sáez et accordé par le *Ministerio de Ciencia e Innovación en juillet 2011* (résolution provisionnelle). Durée du projet: trois ans.

⁶ *FilemakerPro*. Responsables du cours : Francisca Suau et Virginia González (membres de l'équipe valencienne) ; Élaboration de corpus numériques. Responsable du cours: M^a Vittoria Calvi (professeur de l'Université de Milan et membre du projet de recherche *linguaturismo*. <http://www.linguaturismo.it/ESP/unidadesOperativas.htm> (dernière consultation le 18 novembre 2011)) ; Utilisation du logiciel *Wordsmith*- phase 1. Responsable du cours et créateur du programme WS : Mikael Scott ; Utilisation du logiciel *Wordsmith*- phase 2. Responsable du cours: Miguel Fuster (membre de l'équipe valencienne) ; Élaboration de dictionnaires avec les outils informatiques *Omnipage*, *Filemaker*, *Wordsmith tools 4.0*, *Omnipage Pro 12.0* et *Termstar 15*. Responsable du cours: Nuria Edo (membre de l'équipe valencienne)

⁷ Les cours auxquels les professeurs marocains ont assisté sont les suivants : Élaboration de corpus et *FilemakerPro (1^{ère} partie)*. Responsables du cours : Francisca Suau et Virginia González (membres de l'équipe valencienne) ; Logiciel *FilemakerPro (2^{ème} partie)*. Responsables du cours: Mercedes López et M^a Elena Baynat (membres de l'équipe valencienne) ; Logiciel *Wordsmith*. Responsables du cours: Mercedes López et M^a Elena Baynat ; Méthodologies et critères de recherche et de sélection de documents sur internet. Responsables du cours: Mercedes López et M^a Elena Baynat ; Élaboration de dictionnaires avec des outils informatiques. Responsable : Nuria Edo (membre de l'équipe valencienne)

⁸ *Machrek* ou *Machreq* désigne l'orient arabe et regroupe l'ensemble des Etats arabes hors du Maghreb.

⁹ Il faut spécifier que tous les textes saisis en langue arabe pour l'élaboration du corpus sont écrits en arabe standard moderne : la forme modernisée de l'arabe classique utilisée dans les médias et discours officiels

¹⁰ La plupart des textes arabes repérés sur Internet pour notre projet est bilingue et illustrée.

¹¹ Pour pallier ce problème technique, la conversion des textes PDF en textes Word pour les caractères arabes nous a obligés à passer par *Read I Ris 12 Middle Eastern version* : un logiciel de reconnaissance de caractères arabes avant la reconversion des textes PDF en format Word. Néanmoins, ce processus de conversion a été long et difficile et le pourcentage de réussite peu satisfaisant.

¹² Cependant, avant d'exporter nos textes vers *WordSmith* et pour faciliter leur exploitation, il a fallu les réviser minutieusement : suppression des caractères gênants (barres, chiffres, symboles, images, etc.), correction orthographique.