

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ О.М.БЕКЕТОВА

HÔTELLERIE ET RESTAURATION

Збірник текстів і завдань

з дисципліни «Друга іноземна мова» (французька мова)

**для організації практичної роботи
студентів 3 курсу денної форми навчання
за напрямом підготовки «Готельно-ресторанна справа»**

Харків – ХНУМГ – 2014

HÔTELLERIE ET RESTAURATION. Збірник текстів і завдань з дисципліни «Друга іноземна мова» (французька мова) для організації практичної роботи студентів 3 курсу денної форми навчання за напрямом підготовки «Готельно-ресторанна справа». / Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова; уклад.: Н. П. Юр'єва. – Х.: ХНУМГ, 2014. – 106 с.

Укладач :Н. П. Юр'єва.

Рекомендовано кафедрою іноземних мов,
протокол № 3 від 28.10.2014.

Avant-propos

Le recueil de textes et d'exercices pour les étudiants en management de l'hôtellerie et restauration s'adresse aux étudiants ayant acquis le niveau A1 du Cadre européen de référence pour les langues (CECRL). Il répond aux besoins des cours de français sur objectifs spécifiques (hôtellerie -restauration) et aux objectifs de ceux qui souhaitent améliorer leur français en contexte professionnel.

Il constitue un outil d'apprentissage et de rafraîchissement des connaissances.

Cet ouvrage permet à l'étudiant à la fois d'apprendre le français professionnel et de découvrir la réalité de la vie en France, les différences culturelles, les informations essentielles sur le secteur de l'hôtellerie-restauration en France, le langage de la vie quotidienne, le tout en un temps très court. Ainsi, en 80 à 90 heures de cours selon les publics, il sera possible d'acquérir une bonne base de vocabulaire, simple et fonctionnelle, et de se sentir à l'aise dans la communication orale et écrite.

Chacune des unités porte sur un thème particulier qui correspond aux aspects essentiels du fonctionnement de la sphère hôtellerie-restauration en France et de l'activité professionnelle des étudiants en management de l'hôtellerie-restauration :

1. Le tourisme et l'hôtellerie ;
2. Les hôtels de tourisme : leur classification ; types de chambres, équipement de chambres ;
3. Métiers de l'hôtellerie et restauration et leurs caractéristiques;
4. L'entreprise hôtelière et son organisation;
5. Technologies de l'accueil des clients ;
6. Communication (téléphoner, rédiger des lettres et des courriels professionnels) ;
7. Trouver un emploi (un curriculum vitae, une lettre de motivation, une entretien d'embauche)

et comprend des textes, dialogues et documents à lire, contenant des expressions - clés de la communication professionnelle. Les notions acquises sont mises en pratique dans les exercices variés (vrai ou faux, associations, mots à retrouver, exercices à trous...), qui peuvent se pratiquer aussi bien à l'oral qu'à l'écrit.

L'objectif visé consiste à acquérir le « savoir » linguistique et à développer également le « savoir-faire » et le « savoir-être » en amenant l'étudiant à l'autonomie linguistique.

I. LE TOURISME ET L'HÔTELLERIE

1. Définition générale du TOURISME et du MARCHÉ TOURISTIQUE

« Le tourisme moderne regroupe un ensemble de pratiques socio-économiques de grande ampleur dans le monde contemporain » (Encyclopédie Larousse).

« **Tourisme** *n.m.* (origine anglaise : tourism) : action de voyager pour son plaisir » (Petit Larousse).

Depuis le XVIII^e siècle et plus particulièrement au XIX^e, avec l'essor des moyens de transport (train, voiture), on assiste à un fort développement du tourisme, lié avant tout à un besoin de découvrir « d'autres horizons », ainsi que l'attestent les nombreux ouvrages relatant les découvertes et témoignages d'écrivains-voyageurs.

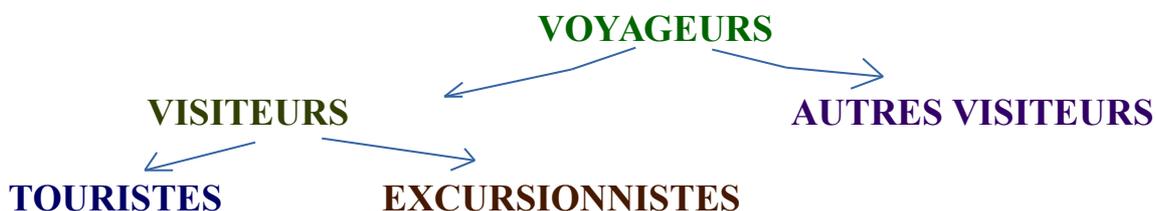
Cette évolution fut confirmée et amplifiée au XX^e siècle par différents facteurs socio-économiques marquants, tels que l'introduction des congés payés, le fort développement de l'industrie et des moyens de transports (chemins de fer, avion, etc.), qui démocratisent l'internationalisation d'un tourisme que l'on pourrait qualifier de « tourisme de masse ».

Les voyages n'ont pu alors se concevoir sans des lieux d'accueil appropriés, assurant à la fois le gîte et le couvert. Ceux-ci ont toujours suivi les évolutions des besoins croissants de la demande : à l'origine établissements de tourisme balnéaire et de santé réservés à une élite, ils surent s'adapter progressivement à une diversification du tourisme.

D'après l'O.M.T. (Organisation Mondiale du Tourisme), *le tourisme* se définit ainsi :

Activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages ou séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs.

Tous les voyageurs concernés par le tourisme sont désignés par le terme de *visiteur*. Par conséquent, ce terme est le concept de base de l'ensemble du système des statistiques du tourisme. Il peut être représenté de la façon suivante :



Selon les critères de l'O.M.T. (Organisation mondiale de tourisme), la classification des voyageurs s'établit selon des normes précises :

- **Autres visiteurs :**

ensemble des déplacements non inclus dans les statistiques du tourisme, comprenant l'immigration permanente ou temporaire, les passagers en transit, les diplomates, etc.

- **Excursionnistes :**

visiteurs qui ne passent pas la nuit dans un hébergement collectif ou privé du lieu visité.

- **Touristes :**

sont considérées comme touristes toutes les personnes en déplacement hors de leur environnement habituel pour une durée d'au moins 24 heures, incluant au moins une nuit dans le lieu visité.

Les différentes formes de tourisme

Il existe trois types de tourisme, qui se déterminent non pas par la destination mais par le but du déplacement :

- **Tourisme d'affaires** : c'est l'ensemble des déplacements effectués à but professionnel (social, économique, industriel). On y retrouve les assemblées, séminaires, réunions, etc., mais aussi les foires, salons...

- **Tourisme de santé** : tous les déplacements liés au thermalisme (sources), à la thalassothérapie (mer et dérivés), à la climatologie et à la rééducation fonctionnelle.

- **Tourisme de loisirs** : c'est le fait de se déplacer pour des motifs autres que professionnels ou de santé (vacances, activités sportives ou de repos, visites de sites historiques, culturels ou religieux, visite à des parents, des amis, parcs d'attractions, etc.).

1. Identifiez chaque type de tourisme.

- *bleu – blanc – vert – culturel.*

En France nous pouvons parler de quatre types de tourisme :

Le tourisme _____ regroupe la majorité des buts touristiques. Son objectif est de faire découvrir des aspects du patrimoine culturel d'une destination : la géographie, l'histoire, l'industrie, la tradition gastronomique, les musées, les monuments, les fêtes...

Le tourisme _____, lui, répond à la demande des touristes qui souhaitent passer des vacances au bord de la mer et pratiquer des activités sportives.

Le tourisme _____, c'est la montagne, la nature, les gîtes ruraux et les randonnées en forêt.

Appelé « _____ » pendant la période des sports d'hiver, le tourisme montagnard peut également être appelé «tourisme de santé, de thermalisme ou de randonnée » pendant les autres saisons.

2. La liste ci-dessous présente des catégories plus pointues de tourisme. Faites correspondre les thèmes des voyages aux types de tourisme.

Thèmes des voyages	Types de tourisme
1. Une semaine sur les traces de Berlioz.	a. Tourisme vert
2. La participation à la finale de la Coupe du monde de tennis.	b. Tourisme blanc
3. La participation au III congrès de médecine.	c. Tourisme senior
4. Le week-end gastronomique à Séville.	d. Tourisme culturel
5. Un voyage santé – beauté pour elle et lui.	e. Tourisme d'affaires
6. Une semaine de glisse à Courchevel ;	f. Tourisme sportif
7. Un forfait séjour dans une ferme pédestre.	g. Tourisme de courts séjours
8. Une croisière sans souci sur le Danube.	h. Tourisme religieux
9. Un pèlerinage à Lourdes « tout compris ».	i. Tourisme de santé

3. Répartissez les questions selon les sujets auxquels elles se rapportent (les deux variantes sont possibles) :

À l'hôtel ?

Dans votre ville ?

Est-ce qu'on peut ...

- | | |
|---|------------------------------|
| 1. recevoir des messages téléphoniques ? | 8. prendre un sauna ? |
| 2. boire de l'eau du robinet ? | 9. se déplacer à pied ? |
| 3. organiser une conférence ou un séminaire ? | 10. voir de bons films ? |
| 4. avoir des chemises propres ? | 11. jouer au golf ? |
| 5. visiter des musées ? | 12. circuler à vélo ? |
| 6. se connecter à Internet ? | 13. regarder la télévision ? |
| 7. faire de l'exercice physique ? | 14. prendre le bus ? |

4. Complétez avec les mots et expressions donnés ci-dessous.

Plage - parasol – vagues - glace - sable - bouée - bord de la mer - serviette de bain - seau - crème solaire - châteaux de sable – goûter.

J'aime vraiment passer mes vacances d'été au _____.
Quand le temps est beau, nous allons toujours nous baigner. Sur notre _____ préférée, le _____ est très fin. Il n'y a pas de galets. Papa ouvre le _____ pour nous protéger du soleil et Maman nous met de la _____ afin que nous ne prenions pas de coups de soleil.
Nous avons chacun une grande _____ pour nous allonger confortablement. Mon petit frère emmène toujours son _____ et sa pelle.
Avec Papa, nous construisons de grands _____.
Parfois, les _____ sont plus hautes que ma petite sœur.
Comme elle ne sait pas bien nager, elle prend toujours sa _____.
Quand nous sortons de l'eau, nous dégustons notre _____.
Ensuite, maman nous achète une grande _____. C'est vraiment formidable !

5. C'est quoi le tourisme?

Le tourisme est le fait de voyager dans ou parcourir pour son plaisir, un lieu autre que celui où l'on vit habituellement. Ce qui peut impliquer la consommation d'une nuitée auprès d'un hôtelier et éventuellement la réservation de titre de transport.

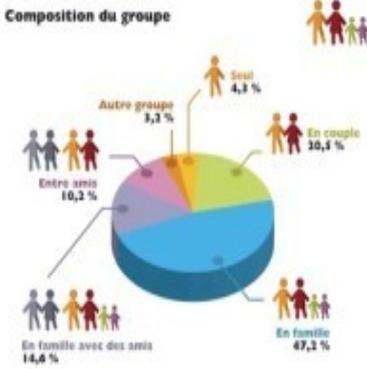
Naturellement attaché aux loisirs et à la santé, le tourisme englobe désormais l'ensemble des activités économiques auxquelles la personne fait appel lors d'un déplacement inhabituel (transports, hôtels, restauration, bars, etc.)

Pratiquer le tourisme permet de marquer une ou des pauses dans son emploi du temps utilitaire imposé par la nécessité de gagner sa vie.

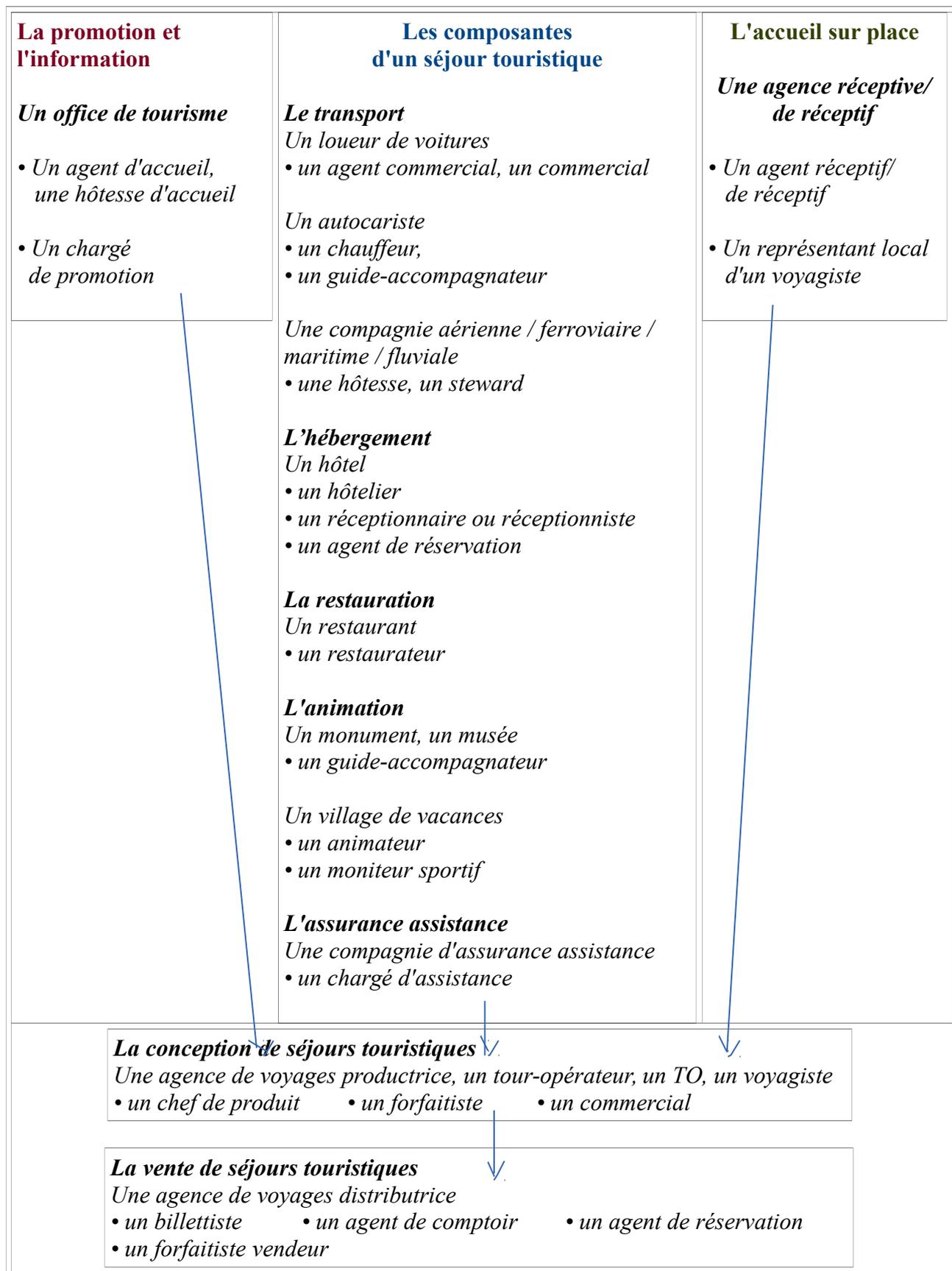
Répartissez les termes suivants entre Destinations et Passions :

Villages de vacances, Outre-mer, Golf, Tourisme en ville, Culture et Patrimoine, Nature, Gastronomie, Littoral, Bien-être, Montagne, Vignobles, Naturisme.

DESTINATIONS	PASSIONS

<p>Tourisme en ville</p>  <p>Visitez les grandes villes de France ! Partez à la découverte d'une des villes de France, et vivez un séjour riche en émotions !</p>	<p>Villages de vacances</p>  <p>Partez à la rencontre du passé, du présent et de l'avenir de la France au travers de son histoire industrielle et de ses traditions artisanales.</p>	<p>Nature</p>  <p>Du nord au sud et de l'est à l'ouest, l'espace rural recouvre 80 % du territoire. Tout n'est que contraste et invitation à la découverte.</p>														
<p>Patrimoine culturelle</p>  <p>Contraste des paysages, multitude des traditions, variété des parlers. 40 000 monuments dont 10 000 châteaux, abbayes et manoirs, 6 000 musées, 1 000 festivals...</p>	<p>Golf</p>  <p>En France, il y a plus de 500 golfs et l'on en dessine encore ! Et tous invitent au plaisir de jouer et à la découverte de l'art de vivre en France.</p>	<p>Remise en forme</p>  <p>Envie de s'échapper du stress de la vie quotidienne ? Besoin de se sentir revivre ? Retrouvez bien-être et repos dans nos centres français de remise en forme.</p>														
<p>Art de vivre</p>  <p>Bienvenue dans les vignobles de France : découvrez les régions qui produisent les vins que vous aimez.</p>	<p>Montagnes</p>  <p>Avec des pays de montagne qui occupent le cinquième du territoire français, la France promet le plus bel éclectisme.</p>	<p>Littoral</p>  <p>La France, avec plus de 5 500 km de côtes, affiche des paysages et des ambiances aussi variés que dépaysants.</p>														
<p>Tourisme religieux</p>  <p>Monastères, abbayes, cathédrales, églises, chapelles. Les édifices du patrimoine religieux proposent une approche de l'évolution religieuse et architecturale en France.</p>	<p>Composition du groupe</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Catégorie</th> <th>Pourcentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>En famille</td> <td>47,2 %</td> </tr> <tr> <td>En couple</td> <td>20,1 %</td> </tr> <tr> <td>En famille avec des amis</td> <td>14,6 %</td> </tr> <tr> <td>Entre amis</td> <td>10,2 %</td> </tr> <tr> <td>Autre groupe</td> <td>3,2 %</td> </tr> <tr> <td>Seul</td> <td>4,3 %</td> </tr> </tbody> </table>	Catégorie	Pourcentage	En famille	47,2 %	En couple	20,1 %	En famille avec des amis	14,6 %	Entre amis	10,2 %	Autre groupe	3,2 %	Seul	4,3 %	<p>Outre-mers</p>  <p>Imaginez des petits bouts de France éparpillés à travers l'océan Atlantique, l'océan Indien et le Pacifique Sud. La France des 3 océans, c'est ce subtil et délicieux mélange de tropiques et de « French touch ».</p>
Catégorie	Pourcentage															
En famille	47,2 %															
En couple	20,1 %															
En famille avec des amis	14,6 %															
Entre amis	10,2 %															
Autre groupe	3,2 %															
Seul	4,3 %															

Le qui fait quoi dans le tourisme en France



2. LE MARCHÉ HÔTELIER

Intégré à part entière au sein du secteur tertiaire (commerce, services, banques, etc.), un établissement hôtelier se définit de la façon suivante :

Toute entreprise assurant le gîte et le couvert.

Définition d' **un hôtel** :

C'est un établissement commercial conçu pour mettre à la disposition d'une clientèle itinérante des chambres ou des appartements meublés pour un prix journalier.

En nous basant sur cette définition, un hôtel est donc un établissement où le client pourra louer une chambre ou un appartement meublé afin de répondre à des besoins tels que :

- Dormir
- Se nourrir
- Travailler
- Se distraire
- Communiquer

LA CAPACITÉ D'HÉBERGEMENT EN FRANCE

(Source : DGCIS ; fédérations professionnelles ; INSEE ; partenaires régionaux).

	2011	2012	2013
Hôtels de tourisme (1)	1 223,2	1 229,4	1 238,6
Campings (2)	2 720,8	2 716,6	2 713,7
Résidences de tourisme et résidences hôtelières de chaîne	653,7	664,6	699,4
Villages de vacances et maisons familiales	279,2	271,2	270,3
Auberges de jeunesse, centres internationaux de séjour, centres sportifs	36,3	35,6	32,2
Meublés classés de tourisme	731,5	728,2	724,4
Chambres d'hôtes (3)	74,7	73,6	71,8
Hébergement marchand	5 719,4	5 719,3	5 750,4
Résidences secondaires (4)	15 139,5	14 514,6	14 583

(1) lits = chambres x 2 ; situation au 1er janvier jusqu'en 2012, au 1er juin à partir de 2013.

(2) lits = emplacements x 3. Certaines conventions internationales (Eurostat) préconisent un ratio de 4 lits par emplacement.

(3) chambres d'hôtes des principales fédérations professionnelles. Lits = chambres d'hôtes x 2.

(4) lits = résidences secondaires x 5. Les résidences secondaires comptabilisées dans le recensement comprennent une partie des villages de vacances, des résidences de tourisme et des meublés figurant dans le tableau ci-dessus.

Champ : France métropolitaine.

La diversité des entreprises d'accueil

Dans les textes officiels, le terme «hôtellerie» ne désigne pas uniquement des hôtels en tant que tels. La diversité est beaucoup plus large que cette seule acception. Le tableau ci-après en est la représentation

HÔTELLERIE COMMERCIALE		HÔTELLERIE À CARACTÈRE SOCIAL	
HÔTELLERIE HOMOLOGUÉE	HÔTELLERIE NON HOMOLOGUÉE	HÉBERGEMENT EN MILIEU RURAL	HÔTELLERIE DE PLEIN AIR
<ul style="list-style-type: none"> • Hôtels de tourisme • Motels de tourisme • Résidences de tourisme 	<ul style="list-style-type: none"> • Hôtels de préfecture • Maisons meublées • Chambres à louer 	<ul style="list-style-type: none"> • Auberges rurales • Gîtes ruraux • Logement à la ferme • Roulottes • Refuges de montagne • Chambres d'hôtes • Villages de vacances • Clubs de vacances • Maisons familiales de vacances • Auberges de jeunesse • Centre de vacances pour les enfants 	<ul style="list-style-type: none"> • Camping et caravaning • Parcs résidentiels de loisirs • Hébergement à caractère nautique

Définition des différentes entreprises d'accueil

HÔTELLERIE HOMOLOGUÉE

Hôtels de tourisme

L'hôtel de tourisme est un établissement commercial d'hébergement classé qui offre des chambres ou des appartements meublés en location à une clientèle de passage (contre rétribution en argent) ou à une clientèle qui y effectue un séjour caractérisé par une location à la journée, à la semaine, ou au mois, mais qui, sauf exception, n'y élit pas domicile.

Il peut comporter un service de restauration. Il est exploité en permanence ou seulement pendant une ou plusieurs saisons. Il est dit « hôtel saisonnier » lorsque sa durée d'ouverture n'excède pas 9 mois par an, en une ou plusieurs périodes.

Nota : L'appellation « hôtel bureau » recouvre un établissement hôtelier homologué ou non n'ayant pas de service restauration autre que celui des petits déjeuners. Il est situé en général en centre ville et peut offrir d'autres prestations telles que salles de réunion, etc.

Résidences de tourisme

C'est un établissement commercial d'hébergement classé faisant l'objet d'une exploitation permanente ou saisonnière.

Elle est constituée d'un ensemble homogène de chambres, studios ou appartements (meublés, avec coin cuisine), disposés en unités collectives ou pavillonnaires, en location (contre rétribution en argent) pour une occupation à la journée, à la semaine ou au mois, à une clientèle touristique qui n'y élit pas domicile. Elle est dotée d'un minimum d'équipement et de services communs.

Nota:

Il existe deux types de résidences de tourisme :

- Les résidences hôtelières : elles sont destinées à accueillir tout type de clientèle selon la définition ci-dessus (exemple : "CITADINES", "ORION", etc.).
- Les résidences médicalisées : elles sont destinées à accueillir de façon permanente ou passagère une clientèle pour laquelle un suivi médical plus ou moins spécialisé est nécessaire (exemple : "HOTELIA", etc.).

Motels de tourisme

Cette appellation n'est plus officielle depuis le 6 mars 1986. Néanmoins, fortement présents dans d'autres pays, on les définira ainsi : ce sont des établissements commerciaux situés le long des axes routiers, hors des agglomérations ou à leur périphérie immédiate. Ils louent des chambres ou des appartements meublés (contre rétribution en argent) à une clientèle de passage, généralement composée d'automobilistes, qui n'y élit pas domicile. Ils comportent des unités de logement de plain-pied indépendantes, dotées chacune d'un garage ou d'abri à voiture.

Ils font maintenant partie intégrante des résidences de tourisme.

HÔTELLERIE NON HOMOLOGUÉE

Hôtels de préfecture

Ces établissements sont également classés, mais pas selon les normes officielles, et sont recensés par les services de la préfecture du fait de l'insuffisance de leurs installations ou du nombre de chambres inférieur aux normes légales (minimum 7). Il s'agit généralement d'établissements modestes, indépendants, à caractère familial.

Maisons meublées et meublés de tourisme

Ils mettent à disposition des touristes des chambres ou des appartements pourvus de tout l'équipement indispensable. Les modalités de classement des meublés de tourisme sont très strictes et sont réparties en 3 catégories :

- Normale
- Confortable
- Luxe

Les locations se font par l'entremise des offices du tourisme, des petites annonces, de panneaux, etc.

HÉBERGEMENT EN MILIEU RURAL

L'allongement du temps de vacances, la saturation des lieux touristiques, la recherche d'une nouvelle qualité de vie favorisent le développement en milieu rural.

Auberges rurales

Ce sont des établissements de catégorie modeste ne pouvant bénéficier de classement en hôtel de tourisme mais qui répondent à des normes administratives particulières. Situées généralement dans un village ou une petite ville, on peut s'y loger et s'y restaurer.

Gîtes ruraux

La Fédération des Relais Départementaux des gîtes ruraux de France propose différentes formules conformes à une charte de qualité et classées par les organismes centraux :

- Gîte rural : maison ou appartement loué meublé en milieu rural
- Chambre d'hôte : chambre aménagée chez un particulier (chambre et petit déjeuner)
- Table d'hôte : permet de prendre ses repas chez l'habitant
- Gîte d'étape : pour accueillir les randonneurs pédestres, équestres ou cyclistes.

Villages de vacances

Ce sont des centres d'hébergement destinés à assurer des séjours de vacances selon un prix forfaitaire comportant éventuellement la pension, l'usage d'équipements communs, des installations sportives et des distractions collectives. Les plus connus sont les « V.V.F. » (Village Vacances Famille).

Les villages de vacances sont le plus souvent des établissements qu'exploitent des associations à but non lucratif et, plus rarement, des entreprises commerciales autonomes ou des comités d'entreprises (E.D.F., La Poste, etc.).

Clubs de vacances

Les clubs de vacances sont des unités dont l'objectif est de fournir aux vacanciers une prestation complète :

- Hébergement
- Restauration
- Loisirs
- Animation
- Formation
- Séminaires

La capacité s'exprime en nombre de lits (nombre maximal de personnes qu'il est possible d'accueillir pour une nuit, hors couchage d'appoint). Exemple :

- CLUB MÉDITERRANÉE (98 établissements, 74 000 lits, dans 35 pays en 1997)
- PALLADIEN (Nouvelles Frontières)

Auberges de jeunesse

C'est un établissement d'accueil offrant à des jeunes, sur présentation d'une carte d'adhérent, un hébergement minimal et la possibilité de préparer et de prendre leurs repas.

Maisons Familiales de Vacances

Ce sont des établissements de type loi de 1901 qui dépendent du Ministère de la Santé Publique et de la Sécurité Sociale. Elles disposent d'un certain nombre d'équipements collectifs :

- Unité de restauration
- Salle de jeux
- Salle de repos
- Garderie pour les enfants
- Animation et loisirs

Centre de Vacances pour Enfants

Ce sont les colonies de vacances (sous l'égide du Ministère de la jeunesse et des sports).

HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

Camping et Caravaning

Location d'emplacements à la nuitée, à la semaine ou au mois, pour une clientèle de passage (Panonceaux officiels de classement à apposer obligatoirement à l'entrée

des terrains aménagés).

Il existe 5 catégories allant de 1 ★ à 5 ★

Parcs résidentiels de loisirs

Un parc résidentiel de loisirs est un terrain aménagé pour l'accueil d'habitation légères de loisirs (chalets, mobil-home) et éventuellement de caravanes destinés à la location à la nuitée, à la semaine ou au mois pour une clientèle touristique qui n'y élit pas domicile.

Usuellement, ces établissements mettent à la disposition de leur clientèle un service de restauration ou de plats cuisinés, des commerces de détail, une piscine, des terrains de sport et des animations diverses.

On citera en exemple « CENTER PARC ».

Les différents modes d'exploitation

La définition d'un hôtel de tourisme (donc homologué) spécifie : « établissement commercial classé... ». C'est dans ce cadre exclusif (entreprise d'accueil commerciale) que sont traitées les différents modes d'exploitation selon la présentation ci-dessous :

HÔTELLERIE HOMOLOGUÉE



Il convient de distinguer la forme d'exploitation avec son aspect juridique (S.A., S.A.R.L., etc.) et le mode d'exploitation, qui représente le cadre dans lequel l'exploitation évolue.

6. Trouvez la définition à chaque moyen d'hébergement.

1. Une _____ est un établissement régi par une association à but non lucratif. Elle offre aux usagers un hébergement et un service de restauration limité et/ou une cuisine individuelle de même que d'autres prestations, programmes et activités. Ces derniers sont principalement destinés aux jeunes dans un objectif éducatif et récréatif. Elle possède un double agrément Ministère de la Jeunesse et des Sports et Ministère de l'Éducation Nationale.

2. La _____ est un établissement commercial d'hébergement classé, faisant l'objet d'une exploitation permanente ou saisonnière. Elle est constituée d'un ensemble homogène de chambres ou d'appartements meublés, disposés en unités collectives ou pavillonnaires, offert en location pour une occupation à la journée, à la semaine ou au mois à une clientèle touristique qui n'y élit pas domicile. Elle est dotée d'un minimum d'équipements et de services communs. Elle est gérée dans tous les cas par une seule personne physique ou morale.

_____ peut être composée de natures d'hébergement variées : appartement, chambre, mobile home (type camping).

3. Est considéré comme _____ tout ensemble d'hébergement faisant l'objet d'une exploitation globale à caractère commercial ou non, destiné à assurer des séjours de vacances et de loisirs, selon un prix forfaitaire comportant la fourniture de repas ou de moyens individuels pour les préparer et l'usage d'équipements collectifs permettant des activités de loisirs sportifs et culturels. Les _____ comprennent : des hébergements individuels ou collectifs et des locaux affectés à la gestion et aux services ; des installations communes destinées aux activités à caractère sportif et aux distractions collectives.

4. Les _____ sont homologués par arrêté préfectoral. Ils sont classés de 1 à 4 étoiles, mention « loisir » ou « tourisme », dès lors qu'ils comportent un emplacement loué au passage. Les conditions requises pour ce classement portent sur les équipements communs, les équipements sanitaires, l'accessibilité aux personnes handicapées.

5. L'_____ est un établissement commercial d'hébergement classé qui offre des chambres ou des appartements meublés en location à une clientèle de passage (contre rétribution en argent) ou à une clientèle qui y effectue un séjour caractérisé par une location à la journée, à la semaine, ou au mois, mais qui, sauf exception, n'y élit pas domicile.

6. Les _____ sont des accueils collectifs avec hébergement pour les jeunes âgés de 4 à 17 ans lors de leurs congés scolaires, professionnels ou de leurs loisirs. Les groupes accueillis sont composés d'au minimum 12 enfants et/ou adolescents pour une durée supérieure à 5 nuits

7. Un _____ est un bâtiment d'habitation destiné à l'hébergement touristique des vacanciers généralement à la campagne.

- a. résidence de tourisme
- b. auberge de jeunesse
- c. hôtel de tourisme
- d. centres de vacances (ou colonies de vacances)
- e. campings-caravanings
- f. gîte rural
- g. village de vacances

Une politique nationale d'amélioration de la qualité de l'offre

Le classement par étoiles des hébergements touristiques concerne les hôtels, les campings, les parcs résidentiels de loisirs, les résidences de tourisme, les villages de vacances et les meublés de tourisme.

Les clientèles touristiques sont de plus en plus exigeantes et les étoiles demeurent un repère important et universel. La qualité de service et d'accueil est un facteur clé de succès de l'économie touristique française. L'État français a donc décidé de mieux garantir la qualité de son offre touristique en améliorant le système de classement officiel grâce à une plus grande adaptation de celui-ci aux attentes des clients et aux pratiques internationales (loi du 22 juillet 2009 de développement et de modernisation des services touristiques).

Des critères de classement qualitatifs

Les critères de classement sont orientés *client* : l'obtention du classement est désormais conditionné au respect d'un niveau d'exigences relatives à la qualité des équipements et des services délivrés.

Des critères de classement modernes

Les critères de classement sont élaborés en complète concertation avec l'ensemble des partenaires nationaux concernés (représentations professionnelles, représentants des consommateurs, État). Construits selon un principe de scoring, ils sont désormais révisés tous les 5 ans.

Un classement attribué pour 5 ans

Le classement par étoiles est volontaire et le contrôle des hébergements est effectué par des organismes de contrôle accrédités, sur la base des critères de classement homologués par arrêté. Pour conserver le bénéfice des étoiles, l'hébergement est désormais évalué tous les 5 ans.

Une seule gamme de classement allant de 1* à 5*



Pour donner des repères fiables aux clientèles touristiques, l'ensemble des hébergements bénéficie aujourd'hui d'un classement allant de 1* à 5*. Tous les hébergements classés sont ainsi évalués selon les trois grands axes suivants : la qualité de confort des équipements, la qualité des services proposés dans les établissements, les bonnes pratiques en matière de respect de l'environnement et de l'accueil des clientèles en situation de handicap.

Une démarche de classement en ligne

Pour gérer leur demande de classement, les exploitants d'hébergements collectifs s'inscrivent désormais en ligne et suivent leur démarche de classement à partir de leur espace établissement, de l'envoi du pré-diagnostic au cabinet de contrôle accrédité à la publication de leur établissement classé sur ce même site.

Exemple de distinctions entre catégories

Hôtel une étoile

Chambre pour deux personnes de plus de 10,5 m²
Ascenseur obligatoire à partir de quatre étages
Petit déjeuner continental servi en salle

Hôtel deux étoiles

Chambre pour deux personnes de plus de 10,75 m²
Mise à disposition de journaux dans les parties communes.
Personnel pratiquant une langue officielle européenne en plus du français

Hôtel trois étoiles

Chambre pour deux personnes de plus de 13,5 m²
Accès Internet dans les parties communes, téléphone dans les chambres
Existence d'un espace "salon" dans l'hôtel

Hôtel quatre étoiles

Chambre pour deux personnes d'au moins 16 m² avec climatisation
Site Internet en deux langues
Mise à disposition de chariot de bagages ou d'un sèche-cheveux

Hôtel cinq étoiles

Chambre pour deux personnes d'au moins 24m² avec climatisation
Ascenseur obligatoire à partir d'un étage
Accompagnement du client dans son installation
Mise à disposition d'un room-service, voiturier, coffre-fort, peignoir, mini-bar, d'un téléphone dans la salle de bain
Accès à des chaînes de télévision internationales et thématiques
Mise à disposition sur demande d'un ordinateur, fax ou imprimante

Palace

Un arrêté du ministère du tourisme du 8 novembre 2010 distingue parmi les 5 étoiles, ceux habilités à revendiquer le terme de "Palace". Le label est décerné suivant la conformité d'un cahier des charges encore plus strict (immeuble de prestige, espace fitness, garderie, coiffeur...) et l'avis d'un jury composé de dix professionnels. Au 1er juillet 2012, la France comptait près de 200 palaces.

3. HÉBERGEMENT ET HÔTELLERIE

Héberger l'hôte de passage, ami ou inconnu, n'a jamais été un acte anodin.

Depuis l'Antiquité, des tavernes, des hôtels-Dieu, des tentes, des auberges, des cabarets, des hôtels et bien d'autres formes de constructions - parfois éphémères - ont partout accueilli des voyageurs venus pour commercer, faire étape lors d'un pèlerinage ou en partance pour une ville lointaine, à l'autre bout du monde.

L'hébergement et l'hôtellerie contribuent aujourd'hui massivement à la compétitivité des grandes destinations touristiques. En France, Paris est la première ville de congrès en Europe, parce que son offre hôtelière est l'une des plus importantes au monde. Depuis le milieu du XIXe siècle, la Côte d'Azur est devenue une marque mondialement connue. La présence de quelques palaces n'y est sans doute pas étrangère. Les nouvelles «puissances» mondiales du tourisme d'aujourd'hui (Chine, Inde, Moyen-Orient) sont celles qui investissent massivement dans des structures d'hébergement et influencent les tendances structurelles (démographie, environnement, technologie, etc.).

L'hôtellerie appartient au secteur économique des services. Porté par le développement des outils de communication qui accélèrent la mondialisation de l'offre comme de la demande, ce secteur est en pleine évolution. Dans ce contexte de plus en plus exigeant, il ne faut pas oublier les principes qui sont les piliers de notre métier. Le service est à la fois une prestation et une interaction. Il est le savoir-faire et le savoir être. Il demande connaissances techniques, compétences relationnelles et culture.

Des manoirs à la campagne aux stations balnéaires, des grands hôtels aux auberges de jeunesse, la France offre une grande variété de logements à ses environ 75 millions de visiteurs annuels.

Avant de partir en vacances en France, sachez quel aspect de la France vous convient. Quelques-unes des stations balnéaires les plus connues au monde s'alignent sur la côte méditerranéenne, et pour certains, le paysage rural de l'intérieur du pays est le meilleur endroit pour se détendre et en profiter. Vous pouvez souvent y trouver des cottages ou des gîtes, des fermes ou des chambres d'hôte (bed and breakfasts) pour pourvoir à vos besoins au cours de votre voyage à travers ce beau pays.

Dans des villes comme Paris ou Lyon, vous trouverez des hôtels quatre ou cinq étoiles, conçus pour gâter ceux qui sont prêts à payer le prix. Mais des hôtels plus petits, ça ne veut pas forcément dire que votre séjour ne sera pas aussi gratifiant. Vous pouvez aussi penser à louer un appartement à court-terme si vous voyagez avec un large groupe de personnes ou si vous restez longtemps. Les auberges de jeunesse ont les prix les plus abordables, mais il est possible d'envisager un échange de vacances ou de logement.

C'est une expérience qui risque de vous immerger si profondément dans la vie française que vous ne voudrez plus rentrer chez vous.

II. LES HÔTELS DE TOURISME

L'hôtel de tourisme est un établissement commercial d'hébergement. Il offre différentes prestations.

Il peut faire l'objet d'un classement (exprimé en nombre d'étoiles), quel que soit le nombre de chambres. Le classement n'est pas obligatoire. Il a lieu à la demande de l'exploitant de l'hôtel.

L'hôtel peut aussi posséder un label.

Prestations offertes par les hôtels

Les hôtels de tourisme louent des chambres ou des appartements meublés à une clientèle de passage qui effectue un séjour à la journée, à la semaine ou au mois, sans y élire domicile, sauf exception.

Il peut s'agir d'hôtels indépendants ou de chaînes (classés ou non classés), qui peuvent proposer différents services (accès internet, restaurant, parking...).

Les hôtels sont exploités à l'année ou de façon saisonnière.

Règles de classement des hôtels

Les hôtels sont classés en 5 catégories de 1 à 5 étoiles, définies en fonction de critères fixés dans un tableau de classement.

L'attribution d'étoiles se fait sur la base de 3 grandes rubriques :

- équipements proposés,
- services aux clients,
- accessibilité et développement durable.

Les 5 catégories existantes correspondent aux hébergements suivants :

- catégorie  : hébergement économique,
- catégorie  : hébergement milieu de gamme,
- catégorie  : hébergement milieu de gamme-supérieur,
- catégorie  : hébergement haut de gamme,
- catégorie  : hébergement très haut de gamme.

Le classement est volontaire et est valable 5 ans : c'est l'exploitant qui doit engager la demande de classement de son établissement.

L'exploitant de l'hôtel classé est tenu d'apposer un panneau indiquant le classement attribué. Si le classement n'est pas obligatoire, en revanche l'affichage du panneau est obligatoire pour l'établissement qui est classé.

Le prix moyen d'une chambre d'hôtel  en France est de 40 à 80 €.

1. Description d'un hôtel

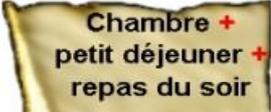
<p>Pour indiquer la catégorie d' un hôtel : C'est un hôtel 3 étoiles.</p> <p>Pour indiquer l'emplacement d'un hôtel : C'est un hôtel</p> <p>dans un beau jardin. en centre ville. à côté de la gare. à proximité du métro. à 5 minutes à pied de la navette pour l'aéroport.</p> <p>Pour faire la description d'un hôtel : L'hôtel est dans un beau jardin. propose un accueil personnalisé / un service exceptionnel / un parking privé / une décoration agréable / moderne.</p>	<p>Pour donner les caractéristiques des chambres :</p> <p>Une chambre simple / double / triple. pour une personne / deux personnes. avec un grand lit / un lit double. avec un seul lit / deux lits.</p> <p>Pour décrire le confort d'une chambre :</p> <p>Une chambre confortable / calme. avec salle de bains / douche. avec connexion Internet / télévision.</p> <p>Pour indiquer le prix d'une chambre :</p> <p>Le prix / Le tarif par personne / par chambre / pour 2 personnes / par nuit est de Non compris / Compris dans le tarif. La taxe de séjour est incluse / comprise dans le prix des chambres.</p>
--	--

A l'hôtel



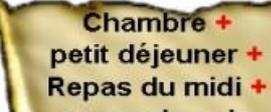
Chambre +
petit déjeuner

Une chambre



Chambre +
petit déjeuner +
repas du soir

En Demi-pension



Chambre +
petit déjeuner +
Repas du midi +
repas du soir

En pension complète



L'hôtel



La réception
La réceptionniste



Le salon



La salle de restaurant



La chambre



L'ascenseur



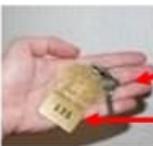
Le maître d'hôtel
Le client



La femme de chambre



Le bagagiste



La clé de ma chambre
Le numéro de ma chambre

Descendre à l'hôtel ou **dans un** hôtel; descendre à l'hôtel **X**

- Dans quel hôtel allez-vous descendre? à l'hôtel Minerve?

- Bien sûr, nous l'aimons bien.

retenir **une chambre** pour une nuit (ou plus): avec cabinet de toilette (un lavabo et un bidet), avec salle de bain (lavabo et baignoire), avec douche, avec toilettes, avec W-C à l'étage. Une chambre "tout confort" a un lavabo, une salle de bain, et des toilettes.

demander le prix "ttc" "tout compris" (le prix du petit déjeuner est compris dans le prix) ou: le petit déjeuner peut être en supplément

passer la nuit **dans un** hôtel ou à l'hôtel

régler la note: payer sa chambre d'hôtel (ainsi que les repas, le téléphone, etc.)

Une auberge de jeunesse: sorte d'hôtel très bon marché, fréquenté par les jeunes (ou moins jeunes) qui n'ont pas beaucoup d'argent. On partage une chambre, ainsi que la salle de bain et les W-C, à plusieurs.

1. Lisez la page Internet qui présente un hôtel. Complétez le texte avec les mots suivants :

centre-ville – confort – douche – hôtel – Internet – minibar – parking – personnel – quartier – salon de massage.

Notre hôtel est situé au _____ de Bordeaux, à deux pas du _____ commercial. Toutes nos chambres sont équipées avec tout le _____ : salle de bain avec _____ et baignoire, toilettes, téléphone direct, téléviseur, _____, accès _____, etc.

Nous mettons à votre disposition un restaurant, un sauna, un _____, des salles équipées pour des réunions, un _____ fermé, un grand jardin et un bar, ouvert toute la nuit.

Vous cherchez un _____ avec des chambres spacieuses, calmes, confortables, avec un _____ serviable et souriant ? Notre hôtel est fait pour vous.

2. Complétez avec l'adjectif tout, toute, tous, toutes.

1. Le sauna est ouvert _____ les jours.
2. _____ nos chambres donnent sur le jardin.
3. _____ l'information est sur notre site.
4. Nous sommes complets _____ l'été.
5. La réceptionniste travaille _____ la journée.
6. Il y a de nouveaux groupes de touristes _____ les semaines.
7. L'accès à Internet est libre _____ le temps.

3. Lisez les descriptifs des hôtels et associez chaque énoncé à l'hôtel correspondant.

1. Hôtel Bellevue 

Situé dans la vieille ville, il offre une belle vue sur la cathédrale. 5 chambres simples avec douche. 15 chambres doubles avec salles de bain. À 5 min de la gare et des transports en commun. Nombreux cinémas et restaurants à proximité. Profitez d'un accès à Internet gratuit.

Télévision – Bar – Restaurant – De 55 à 70 €. Ouvert d'avril à octobre.

2. Auberge du Lac 

Hôtel de charme avec un joli jardin à 10 km du centre-ville. 20 chambres personnalisées. Facile d'accès en voiture. Parking privé. Sans restaurant. De 65 à 80 €. Ouvert toute l'année.

3. Domaine de Chambon 

Établissement moderne avec une décoration contemporaine. Grandes chambres équipées d'un bureau. Télévision par satellite et connexion à Internet. Restaurant gastronomique. Tarif des chambres, petit déjeuner inclus : de 100 à 130 €. 1 € de taxe de séjour. Fermeture annuelle en février.

- | | |
|--|--------|
| 1. Il y a un métro ou un bus à côté de l'hôtel. | N° ... |
| 2. L'hôtel est fermé un mois par an. | N° ... |
| 3. L'hôtel se trouve dans la ville. | N° ... |
| 4. On ne peut pas déjeuner dans cet hôtel. | N° ... |
| 5. Il y a des loisirs faciles d'accès. | N° ... |
| 6. Le petit déjeuner est compris dans le prix de la chambre. | N° ... |

4. Quand vous voyagez, quel type d'hébergement, choisissez-vous ? Pour les vacances ? Pour un voyage d'affaires ? Pourquoi ?

Complétez les types d'hébergement ci-dessous avec les mots :

étoiles – confort – maison – habitant – équipements – campagne – qualité – situation – appartements – petit déjeuner – choix.

Les hôtels de tourisme sont classés par nombre d' _____ selon de nombreux critères : le _____ des chambres, les _____, la _____ du service, les langues parlées, l'intérêt historique du bâtiment ou la _____ géographique, etc.

Les hôtels résidentiels proposent des _____ avec kitchenette ou cuisine, souvent en centre-ville.

La chambre d'hôte est une chambre à louer chez l' _____. Le _____ est toujours inclus dans le prix de la chambre. On peut rencontrer des Français dans une ambiance familiale.

La gîte est une _____ meublée à louer. Il est à la _____ ou en bord de mer. C'est un bon _____ pour des vacances en famille.

5. Lisez la description de l'hôtel Hesperia et identifiez sa catégorie.

L' **Hôtel Hesperia** représente le bon choix pour les clients qui veulent allier le charme à la tranquillité et à un emplacement pratique pour découvrir **Venise**. Il s'agit d'un petit hôtel confortable sur le **Canal de Cannaregio**, avec un service soigné et personnalisé proposé à la clientèle par la famille Deraï et son équipe, toujours disponibles pour d'éventuelles sollicitations.

L'hôtel a trois étages, sans ascenseur. Au rez-de-chaussée, outre la réception, vous trouverez un agréable petit salon où vous pourrez vous installer pour prendre un thé ou tout simplement pour lire et une superbe terrasse pour se plonger dans l'atmosphère typique de la vie quotidienne vénitienne, en découvrant dès le matin l'agitation de la ville sur le canal et le grouillement des personnes qui envahissent les rues et les places avec leurs bavardages.

Les chambres avec salle de bains privée se situent au premier, deuxième et troisième étages. Le dernier étage s'ouvre sur une charmante terrasse, ou **solarium**, à disposition des clients qui peuvent ainsi profiter d'une vue incroyable.

Le petit-déjeuner est servi au buffet dans la salle du rez-de-chaussée et même dehors, l'été, dans notre petit patio.

L'hôtel dispose d'un point Internet et d'un réseau **Wifi**, service payant.

Services e Commodités	
<ul style="list-style-type: none">• Réception 24h sur 24• Point Internet• Wifi• Service de fax• Informations touristiques• Réservations d'excursions• Réservations de visites guidées• Réservations de spectacles, musées	<ul style="list-style-type: none">• Concierge• Gardien de nuit• Consigne• Service de repassage• Hall• Terrasse• Bar• Petit déjeuner• Petit déjeuner sans gluten

2. Types de chambres

Les hôtels proposent une grande variété de chambres pour répondre aux besoins des différentes catégories de voyageurs. Dans presque tous les types de chambre, l'hébergement le plus basique comprend :

- Lit / literie
- Salle de bains
- Climatisation
- Téléphone
- Radioréveil
- Table ou bureau
- Chaise

Chambre standard : cette catégorie correspond à la catégorie de base de l'hôtel. Les équipements standard et le mobilier sont basiques. Une chambre standard dans un hôtel 5 étoiles est sans aucun doute plus luxueuse qu'une chambre standard dans un hôtel 2 étoiles.

Chambre de milieu de gamme : cette catégorie est légèrement supérieure à la catégorie standard mais il ne s'agit pas d'une chambre de luxe. Les chambres de milieu de gamme offrent une vue plus agréable et le mobilier est plus soigné que celui des chambres standard.

Chambre supérieure : les hôtels utilisent la catégorie supérieure pour signifier supérieure à la chambre standard à la fois en taille et en mobilier, mais peut se référer aussi uniquement à la vue et la situation de la chambre.

Chambre de luxe : tout y est de luxe. La vue, l'emplacement, la décoration et le mobilier ainsi que la taille. Dans certains hôtels, on y trouve également une gamme d'équipements plus importante, avec par exemple un grand bureau de travail, un bouquet de fleurs et des produits de toilette de marque ainsi que des peignoirs dans la salle de bains. Dans certains hôtels européens et des Caraïbes, dans les catégories 4 et 5 étoiles, une chambre de luxe est parfois de catégorie inférieure que la catégorie de chambre supérieure.

Chambre exécutive : conçue pour procurer une atmosphère plus luxueuse, similaire à la fois à la catégorie de chambre supérieure et de luxe.

Studio : il s'agit d'une chambre vaste qui comprend un coin salon et un coin chambre à coucher, et pour la plupart du temps un coin cuisine voire une petite cuisine équipée.

Suite junior : une chambre très spacieuse avec un coin séjour séparé.

Suite : en règle générale, il s'agit d'un logement composé de deux ou plusieurs espaces. Ces espaces comprennent au moins une chambre et un salon séparés par une porte. Parfois, les suites disposent d'un balcon ou d'une terrasse.

6. Trouvez la description à chaque image.

1.



a. **Double** (une chambre)

Chambre d'hôtel équipée d'un grand lit de 2 personnes et pouvant donc accueillir 2 personnes.

2.



b. **Triple** (une chambre)

Chambre d'hôtel équipée de 3 couchages et pouvant donc accueillir 3 personnes. La configuration peut être 3 lits d'une personne ou bien 1 lit double de 2 personnes et 1 d'une personne.

3.



c. **Single** (une chambre simple)

Chambre d'hôtel équipée d'un lit d'une personne. Ceci dit, la tendance actuelle est de définir par le terme de single le tarif pour une seule et unique personne, le lit pouvant être un grand lit pouvant recevoir 2 personnes et pas forcément un "petit lit" d'une personne.

4.



d. **Twin** (une chambre)

Chambre d'hôtel équipée de 2 lits d'une personne.

5.



e. **Suite**

Chambre d'hôtel composé d'une ou plusieurs chambres et d'une ou plusieurs pièces supplémentaires (salon). Dans un établissement de luxe, certaines suites peuvent atteindre 100 m² voir plus.

7. Lisez la description de l'hôtel le Petit Belloy Saint Germain et trouvez à l'aide de l'Internet les pictogrammes aux services et équipements désignés.



Hôtel & Services

L'hôtel le Petit Belloy Saint Germain est situé au cœur du quartier Latin à Paris à proximité des boulevards Saint Michel et Saint Germain, et vous offre une vue incroyable sur la cathédrale Notre Dame de Paris.

Urbain et chaleureux, moderne et confortable, le Petit Belloy propose un nouveau regard en rupture avec les codes traditionnels.

L'établissement vous réservera un accueil chaleureux dans l'une de ses agréables chambres.

L'hôtel le Petit Belloy Saint Germain est une véritable maison de ville, alliant charme traditionnel et modernité.

Général

Centre-ville, air conditionné, réception 24h/24h, entièrement non-fumeur, Wifi haut débit gratuit, TV satellite, ascenseur.

Les enfants sont les bienvenus. Gratuit jusqu'à l'âge de 2 ans. Des lits bébé sont disponibles sur demande.

Chambres

L'arrivée en chambre est possible à partir de 13h. La chambre devra être libérée au plus tard à 12h.

_____ Douche, _____ Air conditionné, _____ Coffre-fort, _____ Sèche-cheveux, _____ Plateau de Courtoisie, _____ Wifi Gratuit, _____ TV écran plat, _____ Table et fer à repasser sur demande, Double vitrage, Insonorisation, Serrure électronique, Chaînes internationales, Chaîne musicale, Chaînes d'informations, TV Câble, Couette, _____ Non-Fumeur, _____ Téléphone.
_____ Petit Déjeuner

Le Petit Déjeuner

est vendu à 15€ ou en tarif Bed & Breakfast à 10€.

Vous serez accueillis à l'hôtel 4 étoiles Belloy Saint Germain, la grande sœur du Petit Belloy Saint Germain situé en face de l'hôtel, afin de bénéficier d'un généreux buffet du matin (7h-10h30).

Le Petit Déjeuner Buffet est composé de viennoiseries de notre boulanger, produits laitiers frais et fromages, fruits et salades de fruits, charcuteries traditionnelles, variété de céréales et œufs coque au choix.

Parking

Un parking public est à votre disposition à quelques pas de l'hôtel au tarif de 25€ par jour.

Animaux

Les animaux de petite taille sont acceptés avec un supplément.

CB acceptées

L'hôtel accepte les cartes bancaires : American Express, Master, Diners, JCB, Visa. L'hôtel se réserve le droit d'effectuer une pré-autorisation sur votre carte de crédit avant votre arrivée.

8. Vous travaillez à la direction de l'hébergement de l'Hôtel Lagon Club à l'île Maurice. Des clients potentiels vous posent des questions sur votre hôtel et ses équipements. À l'aide du document ci-dessous, répondez à leurs questions.

Hôtel Lagon Club *****

Situation : Au sud-est de l'île Maurice, au bord de la mer et dans un grand parc tropical, à 40 minutes de l'aéroport international.

Hôtel : 190 chambres de luxe, 20 suites familiales, 3 restaurants (français, mauricien et japonais), 2 bars, 1 discothèque, service en chambre 24 heures sur 24.

Chambres : Climatisées, spacieuses (40 m²), télévision par satellite, téléphone, accès Internet, coin salon, mini-bar, salle de bains avec baignoire et douche, balcon ou terrasse privée avec vue sur la mer, coffre-fort.

Loisirs : 2 piscines, ski nautique, voile, plongée, 3 courts de tennis, 1 terrain de golf (18 trous) à 10 minutes à pied, 1 centre de remise en forme.

1 mini-club pour les enfants de 4 à 12 ans. Réservation d'excursions de découverte de l'île Maurice à la conciergerie.

a. « Bonjour, nous souhaitons séjourner 2 semaines dans votre hôtel. Nous avons 2 enfants de 5 et 10 ans et nous adorons le sport ».

b. « Bonjour, je suis Christophe Duvin de l'agence de voyages Mariage Tour à Bruxelles. Que propose votre hôtel pour de jeunes couples en voyages de noces ? »

c. « Nous, nous sommes 2 couples de retraités qui recherchons le soleil, le confort, le repos et la découverte de l'île Maurice. C'est possible au Lagon Club ? »

9. Lisez le descriptif des équipements des chambres du Westotel.

Les équipements des chambres et suites du Westotel

Nos chambres et suites disposent de tout le confort moderne indispensable à un agréable séjour d'affaires ou de loisirs :

- Connexion Internet haut débit WiFi et filaire gratuite dans toutes nos chambres et espaces communs
- Salle de bain privative avec sèche cheveux
- Espace salon avec bureau équipé et prise murale informatique
- Nombreux équipements : climatisation, téléphone international direct, TV satellite, un réfrigérateur avec bouteille d'eau minérale, réveil automatique...
- Télévision interactive avec écran plat 16/9ème et clavier pour surfer sur internet, jeux vidéos, web radios, vidéos à la séance disponible en plusieurs langues
- Oreillers confortables et couettes moelleuses pour une qualité de sommeil irréprochable.

Selon les catégories, nos chambres et suites vous sont proposées au choix avec un **lit king-size (180×200)** ou avec des **lits jumeaux (90×200)** et disposent de **canapés convertibles**.

Toutes les chambres à partir de la catégorie Confort disposent de **plateaux de courtoisie** avec bouilloire électrique et gobelets écologiques ainsi qu'un assortiment de tisanes, café et thés.

Vrai ou faux ?

1. Au Westotel, on peut téléphoner directement de sa chambre à l'étranger.
2. Dans cet hôtel, il n'y a la connexion Internet que dans les espaces communs.
3. Dans toutes les chambres, il y a la télévision interactive pour une qualité de sommeil irréprochable.
4. Les suites disposent de lits jumeaux.
5. Dans cet hôtel, il n'y a pas de climatisation dans les chambres.
6. Toutes les chambres disposent de salle de bain.
7. Il faut payer pour la connexion Internet dans les chambres.
8. Les jeux vidéo sont surtout indispensables à un agréable séjour d'affaires.
9. Un assortiment de tisanes, café et thés est proposé seulement au restaurant.

10. Lisez le descriptif de l'hôtel. Complétez le tableau ci-dessous.

Hôtel Montparnasse, un hôtel 3 étoiles au cœur de Paris Montparnasse

Entre le **quartier Montparnasse** et Denfert Rochereau, l'**Hôtel 3 étoiles Clairefontaine** se dresse fièrement au cœur du Paris historique et culturel, à deux pas seulement de la **Gare Montparnasse**. Fort d'une seconde jeunesse et entièrement rénové dans un esprit tendance et contemporain, l'hôtel vous réserve un accueil personnalisé et chaleureux.

Un cadre contemporain et une ambiance cosy

Lors d'un séjour d'affaires, de loisirs ou un week-end à Paris, réservez une chambre Simple, Double ou Triple, avec vue côté rue ou côté cour.

Confortable et dotée d'un accès Internet WiFi gratuit et TV LCD, chacune des 23 chambres de l'hôtel vous garantie une belle escapade dans la Ville Lumière, où calme et harmonie sont les maîtres mots.

Situé dans une petite rue tranquille, l'hôtel incarne à lui seul le charme de ce quartier parisien, entre modernité et esprit familial.

Montparnasse, le point de départ de votre découverte de Paris

Idéalement situé sur la rive gauche de Paris dans le 14^e arrondissement, l'Hôtel Clairefontaine vous invite à découvrir les sites touristiques incontournables de la Capitale.

Montparnasse tout d'abord et ses théâtres, cabarets et salles de spectacles qui font du quartier un lieu de vie culturelle et intellectuelle ouvert à tous et à tous âges.

Puis la visite des grands **monuments de Paris** : les Invalides, Montmartre, les Quais de Seine, le Louvre, les Champs Élysées, Notre Dame... facilement accessibles en bus et métro depuis l'hôtel.

Vous cherchez une information particulière ? Un musée, une exposition, un resto, un bar, l'équipe de l'hôtel répond à vos demandes et vous conseille dans votre visite de Paris.

Nom de l'hôtel	
Catégorie de l'hôtel	
Localisation	
Clientèle	
Chambres	
Équipements	
Prestations	

11. Attribuez la catégorie à chaque type d'hôtels et reconstituez l'ordre.

En France, les hôtels sont classés en six catégories.

1. **NC** (non classés) : hôtels bon marché, confort simple.

2. **1 ★** (une étoile) : hôtels de bonne tenue.

_____ étoiles) : hôtels de grand luxe. Ils proposent par exemple :

des appartements ou des suites, un garage, une salle de sport, un spa ou piscine et de multiples services comme le service de repas dans la chambre, la blanchisserie, la plage privée, le voiturier...

_____ étoiles) : hôtels confortables.

_____ étoiles) : hôtels de luxe. Il y a un restaurant, un mini-bar dans les chambres, des chaînes de TV internationales, une connexion Internet...

_____ étoiles) : hôtels très confortables. À la réception, on parle au moins deux langues étrangères.

Le prix moyen d'une chambre d'hôtel _____ en France est de 40 à 80 €.

12. Lisez le guide des hôtels. Choisissez le numéro de l'hôtel pour chaque énoncé.

1. Hôtel de la Poste **1 ★**

Facile d'accès par les transports en commun. 5 chambres simples avec douche, 25 chambres doubles avec salle de bains. Décoration moderne. Télévision.

Bar. Restaurant. Connexion Internet. [www](#)

De 45 à 68 euros. Ouvert d'avril à octobre.

2. Touring Hôtel **2 ★**

Hôtel situé, à 400 mètres du Palais des congrès et à 15 min. de la gare. 45 petites chambres tout confort, équipées de mobilier contemporain. Sans restaurant.

De 62 à 75 euros. Ouvert toute l'année.

3. Hostellerie de la Forêt **3 ★**

À 20 km du centre-ville. Facile d'accès en voiture. 30 chambres personnalisées. Hôtel de charme. Restaurant. Parking privé.

De 85 à 105 euros. Fermeture annuelle en février.

a. Il y a un bus ou un métro à proximité : n°...

b. Il n'est pas possible de déjeuner : n°...

c. Vous pouvez trouver une chambre à 50 euros : n°...

d. L'hôtel est fermé un mois par an : n°...

e. L'hôtel ne se trouve pas dans la ville : n°...

III. LES MÉTIERS DE L'HÉBERGEMENT ET DE LA RESTAURATION

Polyvalents dans les petits établissements indépendants, très spécialisés dans les grands hôtels, les professionnels de l'hôtellerie se mettent en quatre pour satisfaire la clientèle, qu'ils assurent l'accueil, l'entretien des chambres ou la gestion des réservations.

LE / LA CONCIERGE



Dans un grand hôtel, le concierge a pour mission de faciliter le séjour des clients et de répondre à toutes leurs demandes, même les plus originales. Il joue le rôle d'intermédiaire entre les clients et les différents services de l'hôtel, ainsi qu'avec les prestataires extérieurs.

Courtoisie, discrétion et réactivité sont les qualités premières du concierge. Pour réussir dans cette profession, il faut également une **bonne culture générale** pour être en mesure de parler d'actualité, de politique, de sport ou d'économie avec les clients.

La maîtrise d'au moins 2 langues vivantes dont l'anglais est incontournable.

L'hôtellerie de luxe constitue l'unique débouché pour les futurs concierges. Attention, les places sont chères : en France, on dénombre seulement 800 concierges !

LE DIRECTEUR / LA DIRECTRICE

Le directeur d'hôtel a d'abord un rôle de gestionnaire. Il **élabore le budget de l'établissement et fixe les objectifs financiers**. Mais c'est aussi un manager. Il organise **le travail des différents services** et se charge de la **gestion des ressources humaines**. Enfin, il joue le rôle d'ambassadeur de son établissement.

Le directeur d'hôtel doit être **disponible** en permanence, autant pour ses équipes que pour ses clients. **Polyvalent**, il s'occupe des questions financières, de l'accueil de clients importants, de la gestion des ressources humaines, etc. Enfin, une **bonne forme physique et psychologique** s'impose pour motiver ses équipes.

LE / LA RÉCEPTIONNISTE



Dans un hôtel, le réceptionniste **accueille les clients et leur expose les différentes prestations offertes par l'établissement**. Il règle les questions administratives liées à leur séjour et répond à leurs requêtes en

matière de loisirs et de sorties. Il peut effectuer lui-même certaines réservations pour ses hôtes.

Premier contact du client avec l'hôtel, le réceptionniste doit être **courtois, réactif** et **avoir une présentation impeccable**. La connaissance **d'une ou deux langues étrangères** est indispensable, l'anglais étant pratiquement toujours exigé.

Les **grandes chaînes hôtelières** constituent le débouché principal pour les réceptionnistes débutants. Mais il est également possible de tenter sa chance dans **l'hôtellerie indépendante**.

1. Compétez les phrases avec les termes correspondant.

Gouvernante - réceptionniste - maître d'hôtel - femme de chambre - directeur d'hôtel – réceptionniste – serveur.

1. animateur d'équipe, gestionnaire et commercial, le _____ a tout du chef d'entreprise.
2. Transformer une chambre d'hôtel en désordre en un lieu propre et frais, prêt à accueillir le client : telle est la mission de la _____.
3. C'est la _____ qui assure, chaque jour, la coordination des activités du personnel d'étage placé sous sa responsabilité. Informée de l'état des chambres libérées, elle organise et répartit le travail entre les femmes de chambre, en tenant compte des clients qui restent plusieurs nuits de suite ainsi que des arrivées.
4. Derrière son comptoir, le _____ enregistre l'arrivée du client, l'informe sur les services proposés par l'hôtel et lui remet les clés de sa chambre, il renseigne aussi les touristes sur les activités culturelles, gastronomiques, etc., proposées par la ville ou la région.
5. Responsable de l'accueil des clients, le _____ ne doit surtout pas négliger ce premier contact : la qualité de l'accueil incarne, en effet, l'image de marque de l'établissement. Après avoir guidé le client vers les vestiaires, il lui choisit une table ou lui indique celle qui lui a été réservée. Une fois le client installé, il note la commande. Infaillible sur la carte, il se fait le porte-parole du chef cuisinier pour répondre aux questions sur l'origine des produits ou la réalisation des recettes. Il transmet la commande au chef de rang et veille à sa bonne exécution.
6. Avant l'arrivée des clients, le _____ prépare les tables du rang auquel il est attaché, dresse le couvert et vérifie la propreté des nappes. Pour le service à la table du client, il reçoit du chef de rang la commande prise par le maître d'hôtel et se charge de la transmettre en cuisine.
7. Le _____ planifie les réservations arrivées par mail, fax ou téléphone, préparant les factures tout en encaissant le paiement d'un client.

2. L'accord des adjectifs. Trouvez l'adjectif qui convient, classez - les.

1. La standardiste est beau / belle/ beaux / belles.
2. Le groom est jeune / jeunes.
3. La directrice est intelligent / intelligente / intelligents / intelligentes.
4. Les femmes de chambres sont gentil / gentille / gentils / gentilles.
5. Les portiers sont sympathique / sympathiques.
6. Le réceptionniste est accueillant /accueillante / accueillants / accueillantes.
7. La comptable est joli / jolie / jolis / jolies.
8. Les serveuses sont souriant / souriante / souriants / souriantes.
9. Le maître d'hôtel est élégant / élégante / élégants / élégantes.
10. Le chef cuisinier est compétent / compétente / compétents / compétentes.
11. Le barman est agréable / agréables.
12. Alors, les clients sont content / contente / contents / contentes.

Même prononciation au masculin et au féminin	Prononciation différente au masculin et au féminin
<i>Exemple : jeune</i> _____	<i>Exemple : content – contentes</i> _____

3. Complétez les affichages avec la forme correcte : nouveau / nouvel / nouvelle / nouveaux / nouvelles.

1. _____ adresse de l'hôtel : 11, rue Chopin.
2. _____ horaires d'ouverture : 10 h – 19 h.
3. _____ ligne de bus N° 321.
4. _____ hôtel à côté de chez vous.
5. _____ services personnalisés dans votre banque.
6. _____ numéro de téléphone 11 82 18 79 56.
7. _____ dates de réunion : 23 et 24 avril.
8. _____ station de métro en 2014.

4. Complétez avec les définitions manquantes.

Groom – portier – bagagiste – voiturier – chasseur – liftier – aisance.

Les métiers du hall

Véritable bataillon placé sous l'autorité du concierge, le personnel du hall est chargé de rendre au client les services les plus variés : garer les voitures, ouvrir les portes, appeler les taxis, l'ascenseur

Le _____ est le coursier, le «messenger» du hall. C'est un emploi ne demandant aucun diplôme, mais une bonne présentation, un certain dynamisme et de la débrouillardise. Les mêmes qualités sont demandées au _____ chargé de toutes les courses à l'extérieur pour les clients : un emploi réservé souvent à d'anciens grooms gravissant un échelon dans la profession. Aucune qualification n'est requise, mais la pratique de l'anglais est souhaitable.

Pour celui qui manquera d' _____ nécessaire dans le maniement des langues, d'autres petits métiers restent possibles : _____ (ouvrir les portes, appeler les taxis), _____ (garer les voitures, les conduire au garage) _____ (porter les bagages et faire visiter les chambres) _____ (actionner les ascenseurs).

Voituriers, bagagistes et chasseurs gagent bien leur vie, grâce aux pourboires souvent conséquents qui s'ajoutent à leur salaire.

5. Lisez le texte et dites si les affirmations ci-dessous sont vraies ou fausses.

Le concierge : un poste clé

Dans les palaces, le concierge est la première personne que rencontre le client. Le revers de sa boutonnière est souvent orné de deux clés d'or, emblème de la profession.

Si le chef de réception s'occupe d'informer les clients sur toutes les questions relatives au fonctionnement interne de l'hôtel, c'est au concierge de les renseigner sur les possibilités extérieures : le client fait appel à lui pour résoudre tous les petits problèmes de sa vie de vacancier : louer un bateau, une voiture, acheter un bijou, des fleurs, prendre un rendez-vous chez un médecin spécialiste ... «du timbre poste à la location du Boeing 747».

De plus, le concierge devra être capable de donner tous ces conseils ou renseignements dans la langue du client. Il lui faut donc connaître plusieurs langues étrangères et parler couramment au moins l'anglais.

Le concierge occupe également une position hiérarchique d'encadrement : il est responsable de l'ensemble du personnel du hall (grooms, voituriers, bagagistes, etc.) et des employés de la loge elle-même (c'est-à-dire le comptoir d'accueil qui se trouve

dans le hall) : assistant concierge, second concierge ... Le chef concierge du Carlton à Bangkok par exemple a ainsi une trentaine de personnes sous ses ordres en basse saison, dix de plus en été ...

C'est un métier qui, outre les langues étrangères, demande une bonne culture générale (niveau baccalauréat souhaité), et la «conciergerie» est un métier relationnel, où il faut être très motivé, toujours à l'écoute du client, à la fois son homme de confiance et son confident : la discrétion est la qualité première du concierge, mais il doit avoir une bonne mémoire et être physionomiste.

Jusqu'à présent, le métier s'apprenait sur le tas, mais une école privée vient de se créer. Il n'en reste pas moins que l'expérience compte beaucoup, chaque hôtel ayant sa clientèle spécifique, et chaque région ses ressources locales qu'il faut apprendre à connaître.

Rappelons enfin que la profession a toujours été exclusivement masculine ; mais 4 femmes concierges sont sorties récemment de la nouvelle école.

	Vrai	Faux
1 Le concierge est un métier de moindre importance dans un hôtel.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 Le patron d'un hôtel embauche un concierge sans exiger d'études.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 Le caractère principal d'un concierge est d'être fort et de parler beaucoup.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 Le concierge doit savoir rendre des services aux clients.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 Le concierge est seulement un métier masculin.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 Le concierge est toujours souriant et dynamique.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 Le concierge sait parler plusieurs langues étrangères.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 Le métier d'un concierge ne demande pas d'intelligence.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Lisez le texte et dites si les affirmations ci-dessous sont vraies ou fausses.

Les très grands hôtels sont comme des paquebots : on trouve à bord à peu près toutes les professions, même les plus éloignées de l'hôtellerie proprement dite. L'électricité, la plomberie, la décoration, le mobilier, le jardinage, sont confiés à des spécialistes qui travaillent à temps complet à l'entretien des installations et à l'aménagement de l'hôtel.

Selon leur taille, leur mode de gestion, les différentes catégories d'hôtel n'ont ni la même hiérarchie ni les mêmes types d'emploi. Dans un petit hôtel, le travail se fait en

4. « Draps, serviettes, rideaux, tout cela doit être impeccable et je m'y occupe. »

- a) concierge
- b) économiste
- c) lingère
- d) employé d'étage

5. « C'est moi qui décide des services qui seront proposés aux clients, en fonction du type d'établissement dont je suis responsable. J'organise et contrôle le fonctionnement de l'hôtel. Je mets tout en œuvre pour réaliser les objectifs commerciaux qui ont été déterminés. Quelquefois, je m'occupe aussi de la vente aux clients. »

- a) concierge
- b) économiste
- c) directeur d'hôtel
- d) employé d'étage

6. « S'il n'y a pas de concierge dans l'hôtel, j'accueille le client, lui donne les clés, lui fournis des renseignements, lui présente sa note, etc. »

- a) maître d'hôtel
- b) réceptionniste
- c) directeur d'hôtel
- d) employé d'étage

7. « J'ai l'entière responsabilité de toutes les chambres de l'hôtel : linge, propreté, fleurs, etc... Je suis en contact avec les clients, surtout ceux qui ne sont pas satisfaits ! Je fais souvent le point avec la direction, pour assurer les meilleures prestations possibles. »

- a) maître d'hôtel
- b) gouvernante
- c) directeur d'hôtel
- d) employé d'étage

8. « On m'appelle aussi "chasseur". Les clients ont besoin de quelque chose ? je suis à leur disposition et, dans certains cas, je fais des courses pour eux. »

- a) employé du hall
- b) gouvernante
- c) directeur d'hôtel
- d) employé d'étage

9. « J'accueille les clients, leur désigne une table, leur conseille un menu, et veille à ce que le service soit efficace. »

- a) maître d'hôtel
- b) gouvernante
- c) directeur d'hôtel
- d) employé du hall

10. « Que désirez-vous ? Une bière ? Un café ? En terrasse ? Au comptoir ? Vous préférez une blonde ou une brune ? On m'appelle aussi « Garçon ! »

- a) concierge
- b) gouvernante
- c) barman
- d) employé du hall

8. Complétez avec les verbes donnés

sert – prend – nettoie – conseille – s'occupe – assure – informe – fait – est chargé de – surveille – demande – prend en charge – souhaite – se tient – effectue – présente.

1. Le garçon _____ les commandes, _____ les boissons et les plats, encaisse.
2. Le concierge d'hôtel _____ l'accueil de la clientèle, lui _____ la bienvenue et l'_____ sur les conditions de son séjour.
3. Dans un bon restaurant, le sommelier _____ la carte des vins aux clients et les _____ sur les mieux appropriés aux menus commandés.
4. Le réceptionniste aide les clients mais il aussi _____ des réservations.
5. Dans un restaurant, le maître d'hôtel _____ l'accueil et du service.
6. Une gouvernante _____ la propreté d'un hôtel mais _____ en contact avec les clients
7. C'est la femme de chambre qui _____ les chambres et les couloirs d'étages.
8. Le bagagiste _____ dans le hall à l'arrivée du client. Il _____ les bagages. Puis il accompagne le client au bureau de réception, attend la désignation de la chambre et prend la clé à la conciergerie.
9. Le chasseur _____ des courses et démarches à l'extérieur de l'hôtel : achats, courriers à expédier, démarches bancaires, réservations de places d'avion, de train, de théâtre ...
10. En plus de sa fonction d'accueil et d'information, le réceptionniste _____ des tâches administratives : la gestion, les réservations et l'enregistrement des arrivées et des départs.

9. Complétez le texte avec les mots ci-dessous.

client – lingerie – buffets – sanitaires – communes – planning

La femme de chambre nettoie et range les chambres d'hôtel quand le _____ n'est pas là et nettoie les parties _____ des étages.

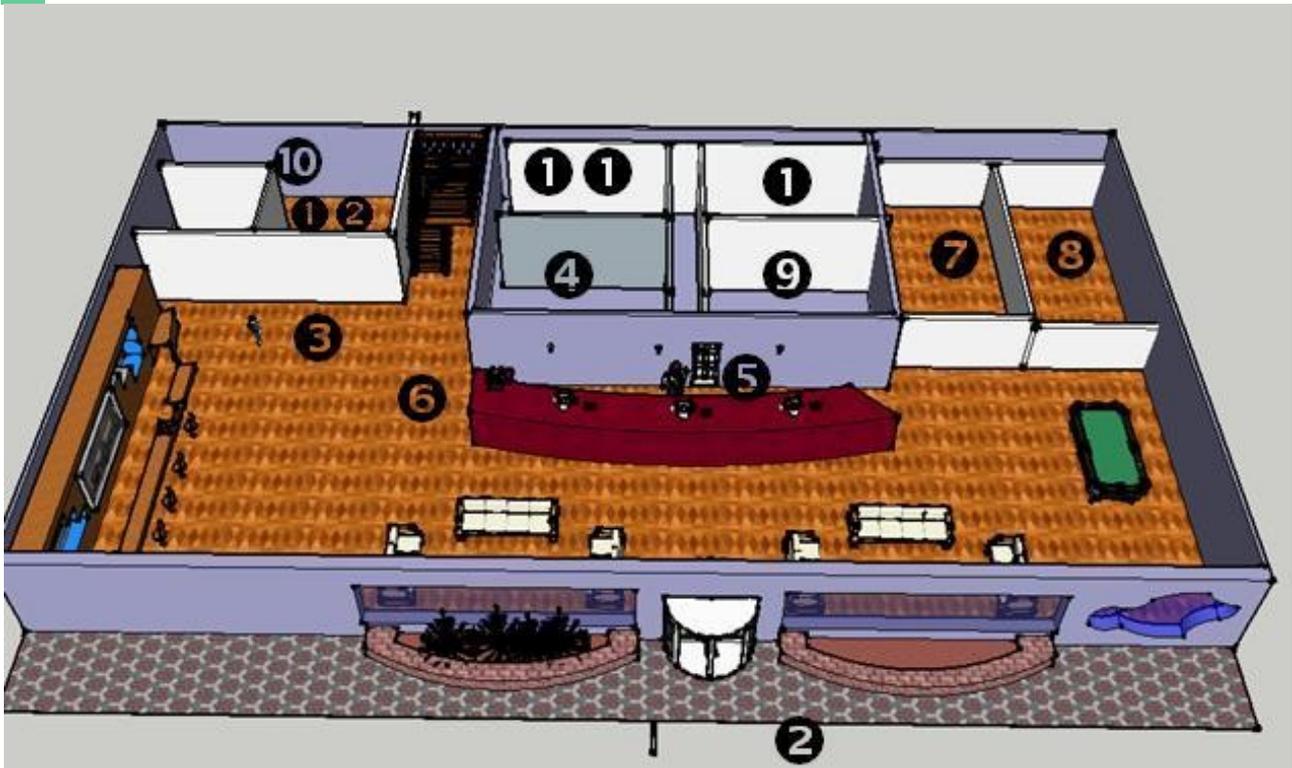
Chaque matin, elle reçoit son _____ lui indiquant les chambres qu'elle doit rendre propres avec efficacité et rapidité. La femme de chambre fait le ménage de la chambre, change les draps, refait les lits, passe l'aspirateur, nettoie les _____, la salle de bain et réapprovisionne en linges, serviettes et peignoirs propres et envoie le linge sale à la _____.

Parfois, selon l'hôtel où elle travaille, elle peut servir le petit-déjeuner en chambre, installer les _____ dans la salle de restaurant ou nettoyer le linge.

10. Retrouvez la fonction correspondante à la nature du travail:

Fonction	Nature du travail
1) Directeur hébergement	a) Dirige les services information à la clientèle, courrier, clés, bagages ; assure la surveillance.
2) Responsable du hall	b) Dirige et organise le service de la réception, s'occupe des relations avec les clients et les employés. Tâches administratives, commerciales et sociales.
3) Employé d'étage	c) Effectue la présentation des locaux d'hébergement et le nettoyage des parties communes. Participe au service des petits déjeuner.
4) Réceptionniste	d) Gère les appels téléphoniques, télex et télécopies ainsi que leur facturation.
5) Directeur	e) Est responsable de la gestion de l'activité d'hébergement.
6) Employé du hall	f) Accueille les clients, enregistre les mouvements de la clientèle, assure le suivi de son installation. Propose les autres prestations de l'hôtel. Répond à toute demande de renseignements...
7) Standardiste	g) Spécialité : transport des bagages, chargé des courses, entretien des véhicules, parking.
8) Chef de réception	h) Gère, dirige, contrôle, assure le recrutement, les relations avec la clientèle, le développement de l'activité.

11. Observez le hall de l'hôtel.



Nommez le métier, attribuez-lui le numéro correspondant et retrouvez la fonction à chaque métier.

1. *Community manager*
2. *Voiturier*
3. *Concierger*
4. *Directeur d'hôtel*
5. *Réceptionniste*
6. *Bagagiste*

7. *Lingère*
8. *Agent d'entretien*
9. *Standardiste*
10. *Femme de chambre*
11. *Agent de réservations*
12. *Gouvernante*

Métier	Fonction
<p>____.</p> 	<p>a. _____ sort les bagages du véhicule, et les transporte jusqu'à la chambre, qu'il fait visiter aux clients,</p>
<p>____.</p> 	<p>b. _____ veille au bon déroulement du séjour des clients et de satisfaire toutes leurs demandes, même les plus originales. Pour cela, il coordonne le travail de l'équipe de réception et du hall (voiturier, portier, bagagiste, groom, il est en contact permanent avec tous les services de l'hôtel, et il gère les relations avec des prestataires extérieurs (loueur de voiture, agences de voyage, réservation de spectacles ...)</p>
<p>____.</p> 	<p>c. _____ a la responsabilité de nettoyer et de ranger les chambres d'hôtel après l'utilisation par le client, ainsi que de nettoyer les parties communes des étages.</p> <p>d. _____ accueille les clients à leur arrivée, il présente les prestations de l'établissement, il fournit des informations sur les activités touristiques de la ville ou à proximité de l'hôtel, il effectue les modalités administratives du séjour.</p>



e. _____ est chargé d'assurer la présence de sa marque ou de son entreprise sur les réseaux en fédérant autour d'elle une communauté d'internautes. Il fait attention à ce qui se dit sur internet sur son entreprise et entretient des relations avec les internautes, journalistes, bloggeurs sur les réseaux sociaux (facebook, twitter, pinterest, foursquare) afin de diffuser les messages clés sur ces supports.

f. _____ effectue des travaux d'entretien relevant de son corps de métier (plomberie, électricité, peinture ...). Il contribue ainsi au bon fonctionnement et à l'entretien de l'établissement, en respectant les règles de sécurité en vigueur et les délais de réalisation des travaux qui lui sont confiés.

g. _____ il supervise et coordonne l'activité des différents services : hall, restaurant, étages... Bon manager et excellent gestionnaire, c'est lui qui prend les décisions stratégiques en termes de budget, de recrutement, de marketing, de rénovation (choix des décors, des peintures...). Son objectif est double : que son établissement prospère et que la clientèle soit satisfaite.

h. De la poussière sur un meuble à l'ampoule grillée, aucun détail n'échappe au regard expérimenté de la _____. Chargée de superviser et de gérer une équipe de femmes de chambre, elle est un personnage clé de l'hôtel.

i. _____ a la responsabilité du stationnement des voitures des clients, et, sous l'autorité du concierge, d'assurer le meilleur accueil aux clients des grands hôtels, faciliter leur séjour et satisfaire leurs demandes.



j. _____ est responsable de l'entretien du linge de l'hôtel : les draps et serviettes des chambres, le linge du restaurant (les nappes, serviettes), et parfois les uniformes du personnel. Elle enregistre et comptabilise le linge sale qu'elle reçoit, puis transmet à la buanderie pour le nettoyage, ou à une société de nettoyage extérieure selon l'organisation de l'établissement. Elle est également responsable des vêtements confiés par les clients à la lingerie, qu'elle lave puis repasse.

k. _____ contribue au remplissage de l'hôtel dans le respect de la grille tarifaire établie par l'hôtel tout en optimisant le prix moyen.

Activités types du métier :

-réceptionner toute demande de réservation des clients ; assurer la vente par téléphone, fax, courrier, internet ; optimiser l'occupation des chambres en fonction de la période et de la capacité de l'hôtel ; fidéliser la clientèle ; garantir au client la fiabilité et la qualité de sa réservation (confirmation, saisies informatiques) ; proposer une réponse adaptée aux besoins du client en tenant compte des possibilités offertes par les différents services de l'hôtel et pratiquer l'upselling ; veiller à offrir un accueil téléphonique de qualité et à respecter l'ensemble des standards établis par l'hôtel.

l. Dans les grands hôtels submergés par les appels, le poste de _____ est indispensable. Le ou la _____ aiguille les appels vers les chambres ou les services demandés. Dans les petits établissements, c'est le _____ qui prend toutes les communications.

12. A. Lisez le dialogue entre le journaliste et la réceptionniste du Grand Hôtel et répondez aux questions ci-dessous :

1. Quelles sont pour vous les tâches du réceptionniste dans un grand hôtel ?
2. On dit que le réceptionniste est celui qui donne les étoiles de l'hôtel. Pourquoi ?
3. Le réceptionniste doit prendre les réservations des chambres, mais il a aussi une autre tâche importante à accomplir pour satisfaire les clients. Quelle est-elle ?
4. Le réceptionniste doit aussi aider au bon déroulement dans l'hôtel. Nommez une de ses tâches administratives !

B. Les qualités requises. Pourriez-vous identifier les adjectifs correspondants aux noms communs suivants ? Vous découvrirez donc les qualités essentielles du bon réceptionniste de grand hôtel.

1. le calme :
2. un sourire :
3. la patience :
4. la rigueur :
5. l'organisation :
6. une disponibilité :

Julie : Bonjour madame ! Bonjour monsieur ! Bienvenue au Grand Hôtel !

Cliente : Merci, nous avons réservé une chambre.

Journaliste : Le ou la réceptionniste contribue à ses étoiles. En effet, l'image de marque de l'hôtel dépend de la qualité de l'accueil du client. N'est-ce pas, Julie ?

Julie : Oui, bien sûr, on accueille le client. On participe à son séjour entre guillemets. On l'accompagne durant son séjour pour qu'il se sente au mieux et se sente chez lui. Ici, il y a une très belle promenade à faire à pied qui s'appelle Promenade au clair de lune.

Journaliste : Dedans et dehors, ce qui veut dire que Julie connaît la ville et les environs aussi bien que l'hôtel. Elle pourra donc les renseigner sur les spectacles, les curiosités à voir, réserver un taxi, une table.

Quoi d'autres ?

Julie : Il y a également donc tout ce qui est administratif, si on peut dire, la facturation au niveau des chambres, du contrôle de chaque chambre.

Journaliste : Julie répond aussi aux coups de feu des départs et des arrivées simultanés et gère d'éventuelles crispations.

Julie : Je pense, oui, il faut rester calme et ne pas prendre pour soi les remarques et de garder en toute circonstance un sourire. Je pense que le calme appelle le calme.

Nicolas : Donc, beaucoup de sang froid, beaucoup de patience, beaucoup de rigueur aussi dans le travail.

Julie : Grand Hôtel Baradodina, Julie, Bonjour ! Good afternoon Sieur. Yes, of course, we have some rooms with the sea view. Quand ils arrivent, ils aiment bien aussi qu'on utilise leur propre langue et c'est la petite touche en plus, je pense, sur un hôtel comme le nôtre.

Journaliste : Êtes-vous polyglotte ?

Julie : Polyglotte ? Déjà anglais, c'est déjà très bien et, une autre langue, c'est toujours un plus c'est sûr.

Journaliste : Oui, Nicolas ?

Nicolas : Jamais de routine, jamais de routine dans ce métier parce que tous les clients, parce que toutes les journées sont différentes. En arrivant le matin, on ne sait jamais ce qui va se passer, c'est une surprise.

Journaliste : Et Julie aime les surprises !

Julie : C'est justement cette différence qu'on peut avoir, le contact privilégié qu'on peut avoir avec les clients qui m'ont fait choisir ce service-là et j'en suis ravie.

Journaliste : Enfin, si posséder des diplômes n'est pas primordial, une excellente présentation, une bonne organisation, une disponibilité des horaires ; l'hôtel est ouvert jour et nuit, se révèlent en revanche nécessaire à un métier qui offre des opportunités. Nicolas ?

Nicolas : Donc, il y a la possibilité de pouvoir évoluer effectivement quand on commence à être réceptionniste et la possibilité après de devenir chef de brigade, pour gérer une partie de l'équipe par exemple, assistant du chef de réception, chef de réception par la suite.

Journaliste : C'est vraiment possible ?

Nicolas : Moi, je suis rentré dans le groupe en tant que stagiaire au départ, je suis maintenant assistant de la chef de réception.

Journaliste : Merci Nicolas.

II. L'ENTREPRISE HÔTELIÈRE ET SON ORGANISATION

1. Présentation du secteur

Le secteur de l'Hôtellerie, la Restauration et les activités de loisirs regroupe des branches qui répondent à nos besoins hors du domicile, dans un cadre de loisirs ou professionnel : nourrir, héberger, divertir et détendre.

Les établissements du secteur répondent aux souhaits des individus comme des collectivités, dans un cadre de loisirs ou professionnel, en déplacement touristique ou d'affaires.. Ils sont présents sur tout le territoire, presque dans chaque commune et offrent ainsi un large éventail de services de proximité.

Chiffres clés :

57 Mds € de chiffre d'affaires

200 000 établissements

900 000 actifs

300 000 postes saisonniers en été, **100 000** en hiver



- **Nourrir**

La restauration est l'activité la plus importante avec 60 % de l'activité globale du secteur tant en nombre d'établissements que d'emplois. Elle sert plus de 4 milliards de repas par an, pour un chiffre d'affaires de l'ordre de 40 milliards d'euros.

- **Héberger**

L'hôtellerie regroupe plus de 200 000 salariés en France. Constitué de près de 28 000 hôtels, le parc hôtelier français se trouve réparti entre hôtellerie indépendante et hôtellerie de chaîne, volontaire ou intégrée.

- **Divertir**

Comptant près de 200 casinos dans l'hexagone, la France est en tête de ce secteur en parts de marché européen. Aujourd'hui, ce secteur réunit 17 900 salariés. Les bowlings sont quant à eux au nombre de 320, dont 180 établissements homologués.

2. L'ENTREPRISE HÔTELIÈRE

Caractéristiques

C'est un ensemble de **moyens techniques et humains**.

Ses activités sont organisées et dirigées par un **centre de décision**.

Les activités de l'entreprise hôtelière :

Activité centrale = VENTE DE CHAMBRES

Activité annexe = VENTE DE REPAS

Elle a pour résultat la **production de biens et de services** dans le but de réaliser des **profits**.

Organisation

L'organisation interne d'une entreprise hôtelière va être déterminée par différents critères tels que :

- la forme d'exploitation
- la capacité
- la catégorie d'établissement = différents niveaux de prestations
- la diversité des prestations fournies à la clientèle

L'ORGANISATION SPÉCIFIQUE À L'HÉBERGEMENT

L'organisation générale

Les entreprises hôtelières ont pour principales activités : **HÉBERGER ET RESTAURER**

Et des activités complémentaires : distraire, informer ...

Ces activités sont accomplies au sein de différents DÉPARTEMENTS tels que :

- **HÉBERGEMENT** :
 - la réception
 - les étages
- **RESTAURATION** :
 - le restaurant
 - la cuisine
 - le bar

Le service hébergement

Dans un établissement hôtelier, l'activité « hébergement » est toujours assurée par deux **SERVICES** principaux :

- **La réception** : qui a pour objectif la commercialisation des chambres.
- **Les étages** : qui ont pour objectif la préparation et le nettoyage des locaux d'hébergement en vue de leur location.

Définition : Qu'est ce qu'**une fonction** ?

Une fonction constitue un ensemble d'activités interdépendantes centrées sur l'exercice d'une technique et représentées par des tâches à accomplir.

Exemple : La fonction caisse

Principales fonctions du service **RÉCEPTION**

- communication
- réservations
- réception et accueil
- service du Hall : conciergerie, renseignements, clés courrier, bagages...
- facturation : caisse, main-courante

Principales fonctions du service **ÉTAGES**

- entretien des locaux (nettoyage des chambres, couloirs, escaliers, ascenseurs, bureaux, salons ...)
- entretien du linge
- services proposés à la clientèle (pressing, mini-bar, petit-déjeuner en chambre ...)

Rôle de la taille de l'établissement

Dans un hôtel de très grande capacité (établissement important de 500 chambres et+) chaque fonction de la réception est confiée à un responsable de service, qui est aidé dans sa tâche par un ou plusieurs employés. Le département hébergement est alors divisé en plusieurs services. Les employés sont très spécialisés

Dans les établissements de petite (50 à 100 chambres) et moyenne capacité (100 à 200 chambres), les fonctions du département hébergement sont assurées par le service de la réception, les employés sont alors polyvalents.

Pour comprendre la structure de chaque département ou service de l'entreprise, on met en place un schéma simple : **l'organigramme**.

ORGANIGRAMME

C'est une **représentation graphique** de la structure interne de l'entreprise en terme de **départements, services et emplois**.

Dans l'hôtellerie, l'organisation du travail est découpée en « départements » et « services ».

L'organigramme fait apparaître pour chaque emploi :

- la dénomination du poste
- la position hiérarchique

Il permet de visualiser les :

- **liaisons hiérarchiques**
- **liaisons fonctionnelles**

Définition : Liaison *hiérarchique*

Il s'agit de la liaison entre un **supérieur** (chef de service) et un **subalterne** (employé). Elle est unique car un employé ne peut recevoir d'ordre que d'une seule personne, son supérieur hiérarchique.

Définition : Liaison *fonctionnelle*

Liaison **établie entre les services** pour des raisons de compétences techniques ou opérationnelles. Exemple : La femme de chambre (service des étages) a besoin de connaître les chambres en départ pour les nettoyer (réception)

Exemple : Exemples d'organigrammes

L'organigramme :

- **fixe les responsabilités**
- renseigne le personnel sur :
 - **sa place et sa fonction** dans l'entreprise
 - **ses relations** avec son service et les autres services de l'établissement
- détermine les **services « clés »**
- permet d'identifier les **principales activités de l'entreprise**
- c'est un **outil vis à vis de l'extérieur** : par exemple pour les fournisseurs

LES DIFFÉRENTS EMPLOIS À L'HÔTEL

Les critères de sélection

À ces critères de sélection, il faut ajouter la **POLYVALENCE** qui va être différente selon le type d'établissement concerné.

Elle sera très présente et en contradiction avec les qualifications exigées dans un petit établissement familial et peu présente dans un important établissement de chaîne internationale.

Poste

Définition :

Emploi professionnel qui regroupe plusieurs tâches.

Suivant le type d'établissement, on trouvera un emploi regroupant plusieurs fonctions :

Réceptionniste dans un hôtel IBIS : Fonctions :

- Accueil / réception
- Communication
- Réservation
- Conciergerie
- Caisse

ou une seule fonction :

Réceptionniste dans un Hôtel Méridien : - Fonction : - Accueil / réception



1. Complétez.

Caractéristiques de l'entreprise hôtelière :

C'est un ensemble de moyens et

Ses activités sont organisées et dirigées par un

Les activités de l'entreprise hôtelière :

ACTIVITÉ CENTRALE =

= VENTE DE REPAS

Elle a pour résultat la dans le but de réaliser des

2. Choisissez une ou plusieurs réponses.

Critères d'organisation

L'organisation interne d'une entreprise hôtelière va être déterminée par différents critères tels que :

- la forme d'exploitation
- La situation géographique
- la diversité des prestations fournies à la clientèle
- la capacité
- Le nom de la chaîne
- Le nombre d'étoiles

3. Complétez.

Le service hébergement

Dans un établissement hôtelier, l'activité « hébergement » est toujours assurée par deux principaux :

: qui a pour objectif la

des chambres

: qui ont pour objectif la

d'hébergement en vue de leur location.

4. Complétez.

Qu'est ce qu'une fonction ?

Une fonction constitue un centrées sur

l'exercice d'une et représentées par des

à accomplir

5. Choisissez une ou plusieurs réponses.

Fonctions de la réception

Quelles sont les principales fonctions du service RÉCEPTION ?

- entretien des locaux
- communication
- entretien du linge
- réservations

- réception et accueil
- petit-déjeuner en chambre
- service du Hall
- conciergerie, renseignements, clés courrier, bagages...

6. Complétez.

ORGANIGRAMME

C'est une de la structure interne de l'entreprise en terme de

et .

Dans l'hôtellerie, l'organisation du travail est découpée en « départements » et « services ».

L'organigramme fait apparaître pour chaque emploi :

- la
- la

Il permet de visualiser les :

- liaisons
- liaisons

7. Complétez.

Qu'est-ce qu'un poste ?

qui regroupe plusieurs

Y. ACCUEIL DES CLIENTS

1. REGLES GÉNÉRALES D'ACCUEILLIR LE CLIENT

LE RESPECT

- Vouvoyer le client.
- . Ne pas mâcher de la gomme ni manger devant un client.
- . Ne pas parler avec un autre membre du personnel devant un client que de propos professionnels.
- . Ne pas faire d'appel téléphonique personnel devant un client.
- . Respecter tous les types de clientèle et s'y adapter.

LA COURTOISIE

- . Sourire au client en tout temps.
- . Établir un contact visuel avec le client le plus rapidement possible.
- . Demeurer courtois et poli en toute circonstance.

LA COMMUNICATION

- . Utiliser un langage soigné et poli.
- . S'exprimer clairement avec précision et concision, et ce, sans parler trop rapidement.
- . Répondre au téléphone après deux sonneries.
- . Dire bonjour au client dans la première minute de son arrivée.
- . S'assurer de bien comprendre ce que veut le client, pour être en mesure de bien lui répondre.
- . Avoir une apparence soignée et ne pas dégager de mauvaise odeur.
- Choisir une posture droite, sans avoir les mains dans les poches ni être accoudé aux comptoirs ou adossé au mur.
- . Avoir une attitude serviable, empathique, anticiper le besoin du client, être accessible, débrouillard, attentif, énergique, patient et surtout constant.

LA SERVIABILITÉ

- . Se lever lorsqu'un client arrive, lorsque cela s'applique.
- . Être disponible pour le client et éviter de faire deux choses à la fois.
- . Aller au devant d'un client qui cherche une information.
- Porter assistance aux personnes qui semblent avoir des contraintes physiques ou des besoins d'assistance. Leur proposer votre aide sans toutefois vous imposer.

2. Les étapes de l'accueil du client

Il est très important de réussir l'accueil du client à son arrivée puisque c'est la première impression que celui-ci aura de l'établissement : courtoisie et efficacité sont indispensables.

1. PRÉPARATION DE L'ARRIVÉE

Dès le matin, il est nécessaire de réaliser les opérations suivantes :

- Éditer *la liste des arrivées prévues* : manuscrite mais le plus souvent informatique
- *Consulter le fichier Cardex* (ou Kardex) : manuscrit ou informatique. Il s'agit de la fiche d'identité du client qui nous permet de mieux le connaître et de mieux anticiper son séjour.
- *Classer les dossiers des réservations du jour par ordre alphabétique*. Dossier = fiche de réservation, bon d'agence, prise en charge écrite, garanties de réservation.
- *Préparer les fiches d'arrivée et les fiches de police ou d'étrangers*
Obligatoire (décret 20 mai 1975), rempli et signé par toute personne étrangère dès son arrivée et mis à disposition des autorités de police chaque jour. Il est cependant accordé une tolérance : tenir à disposition. Si non respect : sanction pécuniaire.
- *Fiche d'accueil* (clé + infos pratiques : n° de chambre,...)

2. ATTRIBUTION DES CHAMBRES

Cette opération est effectuée le jour même lorsque les réservations sont prises par type de chambre.

Il faut procéder de la manière suivante, par ordre chronologique :

- *VIP*
 - *d'un type particulier* (handicapé, communicante, non fumeur)
 - *clients habitués* (Kardex)
 - *arrivées matinales* (équipages compagnies aériennes)
 - *groupes* : affecter sur 1 ou 2 étages les plus bas (+ facile pour bagagiste, - de nuisance pour les individuels).
- NB** : prévoir des chambres individuelles calmes et proches du groupe pour le chauffeur et le guide.

3. PLANNING D'OCCUPATION JOURNALIÈRE

Ce document permet de tenir à jour les recouches, les clients déjà arrivés, les clients encore attendus, les chambres hors service. C'est la photographie de l'occupation de l'hôtel sur la journée.

Il donne également des renseignements par N° de chambre sur le type, le prix, le nom, la nationalité et le type de client présent ou attendu, les modalités du séjour (durée, nombre de personnes).

Il peut également être appelé « Room-Rack » :
- manuscrit - métallique
- informatique

Le planning manuscrit :

Le matin, la réception inscrit :

- en rouge : les recouches
- au crayon à papier les clients attendus
- au stylo noir (repassé) : les arrivées au fur et à mesure

Cases vides : chambres disponibles

Le planning métallique :

Étiquette rédigée le matin (n° de chambre, nom – prénom, nombre de personnes, prix de chambre, nationalité, type client, obs : habitué ou non, dates séjour).

Placée dans la gouttière correspondant au N° de chambre. [™] sans mica

Contrôle de présence étiquette clients recouche. [™] mica jaune

Arrivées [™] mica bleu au fur et à mesure

Chambres hors service [™] mica rouge.

Gouttières vides = chambres disponibles

Le planning informatique:

Édité le matin, donne les mêmes informations que les précédents et évolue tout au long de la journée en fonction des mouvements client (départs, arrivées, délogements).

RÉALISER UNE ARRIVÉE

PRENDRE CONTACT

Se tenir droit, SOURIRE

Saluer le client et lui souhaiter la bienvenue

PRENDRE EN CHARGE

Rechercher les besoins : demander son nom

Rechercher le dossier de réservations : vérifier les termes du contrat : les dates de séjour (arrivée, départ), le nombre de personnes, le type de chambre, la prise en charge, le versement d'arrhes...

OU Proposer une chambre en rapport avec les besoins du client

Proposer les services de l'hôtel (arrangements)

ASSURER LA CONTINUITÉ

Faire remplir une fiche de police et une fiche d'arrivée (dans les établissements haut de gamme, tous les documents sont remplis par le réceptionniste sur présentation d'une pièce d'identité par le client)

Enregistrer un numéro de carte bancaire ou un pré-paiement si absence de garantie à la réservation, si absence de bagages

Annoncer le numéro de chambre et remettre au client la clé ou la carte

Faire la promotion des services de l'hôtel et donner des informations pratiques (horaires petit-déjeuner, restaurant, bar)

Proposer de l'aide pour les bagages

Indiquer au client la direction pour se rendre à sa chambre

PRENDRE CONGÉ

Souhaiter un agréable séjour (indiquer au client que l'on reste à sa disposition)

Mettre à jour les documents relatifs à l'arrivée (enregistrement de l'arrivée : mise à jour du POJ, ouverture de la facture, ouverture de la ligne téléphonique, classement des documents dans le bac client)

CAS PARTICULIERS

ARRIVÉE SANS RÉSERVATION OU WALK-IN

En fonction de l'emplacement de l'hôtel et de la période, les arrivées sans réservation peuvent être nombreuses ; elles nécessitent un traitement particulier car :

- souvent le client ne connaît pas l'établissement
- nous ne connaissons pas le client ou ne possédons que peu d'informations à son sujet.

Dans tous les cas, il faut le considérer comme un client habitué potentiel et à ce titre le recevoir avec toute l'attention qu'il mérite:

- découvrir les besoins du client en terme d'hébergement

- lui proposer un produit adapté à ses désirs, lui montrer si nécessaire (visite d'une chambre)
- l'inviter à découvrir les autres services de l'établissement (bar, restaurant, etc.)
- lui demander un acompte pour son séjour équivalent à la première nuit (soit règlement direct soit par prise de l'empreinte de la carte de paiement) et lui remettre un reçu (facture).

Remarque : cette procédure s'applique également si le client (ayant réservé ou non) se présente sans bagage.

N.B : en cas de refus du client ^m lui indiquer que nous ne pouvons pas l'héberger car nous appliquons strictement la consigne de la direction ; nous l'orientons alors vers un autre établissement (lui préciser que dans tous les hôtels, la procédure est identique)

- indiquer la localisation de la chambre et proposer aide bagages
- souhaiter un bon séjour

OCCUPATION DIURNE DE LA CHAMBRE OU DAY USE

Plusieurs circonstances peuvent entraîner l'occupation pendant la journée d'une chambre :

- l'hébergement d'équipages de compagnies aériennes (cycle perturbé par le décalage horaire)
- location d'une chambre en salon car les structures existantes sont toutes réservées
- location de la chambre pour une partie de la journée

Dans ces différents cas, le montant dû pour l'occupation est équivalent au prix payé pour la location d'une nuit.

Dans les deux premiers cas, une facture mensuelle ou après la manifestation est établie et envoyée à la société ou à la compagnie aérienne.

Dans le dernier cas, le règlement s'effectue à l'arrivée du client.

Il faut communiquer clairement au service des étages ces occupations afin qu'une remise en état de la chambre par une femme de chambre soit planifiée après son occupation pendant la journée.

ARRIVÉE MATINALE

Le contrat hôtelier court du jour J 15h au jour J+1 12h. Parfois, un client peut arriver avant l'heure prévue ou avant que sa chambre ait été remise en état. Dans ce cas et afin de le pénaliser le moins possible, il faut :

- prendre en charge ses bagages et les stocker à l'abri en bagagerie
- lui demander de patienter soit au bar, soit dans un salon, ou lui demander de revenir dans un moment (indiquer précisément la durée au client). En fonction de la catégorie de l'hôtel, une boisson peut être offerte au client pour le faire patienter.

ARRIVÉE SANS TRACE DE RÉSERVATION

Un client peut se présenter à la réception en pensant avoir une réservation. Dans ce cas, il faut :

éviter de s'opposer au client : « non, vous vous trompez, nous n'avons aucune réservation à votre nom »

adopter une attitude positive et arrangeante:

™ si l'hôtel dispose de chambre adaptée à la demande du client, effectuer l'arrivée comme un walk-in (si le client vient par l'intermédiaire d'une société qui prend en charge une partie du séjour, se rapprocher par fax ou par mail de cette dernière pour obtenir une trace écrite de la réservation)

™ si l'hôtel est complet ou ne dispose pas de chambre convenant au client, procéder à une recherche plus approfondie de la cause de ce dysfonctionnement : rechercher la réservation à J+7 ou J+30 (erreur d'enregistrement de date) ; rechercher la réservation à un autre nom (nom de la société, de la secrétaire ou de la personne qui a réalisé la réservation) ; rechercher dans les no-show (client ayant réservé qui n'est pas venu) de la veille, de la semaine passée. Si l'erreur a été commise par l'hôtelier, procéder au relogement dans un hôtel similaire (appel téléphonique et réservation) avec prise en charge du déplacement (note de taxi) ou mise en place d'un accueil VIP dans l'hôtel partenaire voire prestation offerte ou remise accordée. Si l'erreur ne peut pas incomber à l'hôtelier, procéder également au relogement sans prise en charge pécuniaire en présentant nos excuses au nom de l'établissement.

ARRIVÉE AVEC PRISE EN CHARGE

Que ce soit un client d'une agence de voyage ou d'une société, la prise en charge du client nécessite le respect d'étapes importantes :

- Avant l'arrivée, **un contrôle minutieux du dossier** est nécessaire (présence des documents écrits de prise en charge, conformité dans les modalités de la réservation (nom, dates du séjour, nature de la prise en charge) dans les documents.

- A l'arrivée, **une reformulation complète de la réservation est obligatoire** devant le client ainsi que **la récupération du bon d'agence** dont le client est porteur. Si un désaccord apparaît, contacter sur le champs la société ou l'agence afin d'éclaircir la situation et demander une trace écrite de la modification éventuelle.

ARRIVÉE CLIENT Very Important Person (VIP)

Chaque établissement a sa manière propre de traiter les clients particuliers ; un classement des VIP est parfois mis en place en fonction de la notoriété de la personne. Dans tous les cas, l'arrivée nécessite une préparation très méticuleuse dans tous les services :

- mise en place de la chambre en adéquation avec les habitudes du client et son statut par le service des étages (produit VIP, fleurs, champagne, etc.)
- attribution d'une chambre adaptée au client, facturation au prix convenu par la direction (offert, surclassement, etc.) par le service des réservations
- accueil personnalisé du client à l'arrivée (présence du chef de réception, du responsable hébergement, de la gouvernante ou du directeur de l'hôtel) et accompagnement jusqu'à sa chambre
- voiturier et bagagiste présents dès l'arrivée du véhicule du client.

1. Une cliente se présente à la réception de l'hôtel. Lisez le dialogue et remplissez la fiche de réservation suivante.

- Bonjour, madame, que puis-je faire pour vous ?
- Bonjour, est-ce que vous avez une chambre libre ?
- Quel type de chambre voulez-vous, madame ?
- Une chambre pour une personne.
- Une chambre simple alors. Pour combien de nuit ?
- Pour trois nuits, à partir d'aujourd'hui.
- Nous sommes le 12 juin. Du 12 au 15 juin, donc. Alors, voyons... il n'y a pas de problème, madame.
- Et c'est combien ?
- 90 euros la nuit, petit déjeuner compris.
- 90 euros ! Oh là là ! C'est cher. Est-ce qu'il y a une baignoire dans les chambres ?
- Bien sûr, madame, il y a une baignoire dans toutes nos chambres.
- Et est-ce qu'il y a une piscine ?
- Une piscine ? Ah, je suis désolé, madame, il n'y a pas de piscine dans l'hôtel. Mais il y a une piscine olympique de l'autre côté de la rue, juste en face.
- Ah très bien, je prends la chambre.
- Entendu, madame, avez-vous une pièce d'identité ?
- Oui, attendez, voilà mon passeport.
- Merci.

FICHE DE RÉSERVATION

Nom du client : _____ **Prénom du client :** _____
Date d'arrivée : le _____ **Date de départ : le** _____
Nombre de nuits : _____
Nombre de chambre : - simple : _____ - double : _____
 - _____ avec un grand lit - _____ avec deux lit jumeaux
Nombre d'adultes : _____ **Nombre d'enfants :** _____
Tarif : _____

3. La technologie pour accueillir le client

La technologie permet désormais de prendre en charge les clients dès leur arrivée au sein d'un hôtel, et cela passe par les lobbys. Cet espace a ainsi entamé sa métamorphose depuis quelques années déjà, afin de suivre au mieux les dernières évolutions en termes de technologie et de comportement des consommateurs. Les espaces se réinventent alors sous le regard attentif des professionnels du design et de l'architecture d'intérieur à l'image de Gérard Laizé, directeur général du VIA (Valorisation de l'Innovation dans l'Ameublement) : « En ce qui concerne les lobbys, il y a actuellement deux préoccupations : l'accueil du client avec un ras le bol général d'être reçu derrière un comptoir de banque, un désir d'accueil plus chaleureux et la volonté de vitesse et d'efficacité». L'efficacité recherchée par les professionnelles passe avant toute chose par le check-in des clients, leurs accès aux chambres et les services de conciergerie, qui tendent de plus en plus à se dématérialiser.



Lobby

La dématérialisation des check-in s'accélère

Alors que les lobbys sont de moins en moins réservés à la seule fonction de l'accueil hôtelier et incluent de plus en plus des services de restauration et des espaces de convivialité, la question de la disparition des desks traditionnels de pose sérieusement.



Toujours selon Gérard Laizé, « Les desks deviennent obsolètes aujourd'hui, notamment avec l'arrivée des check-in sur téléphone portable qui permet de s'enregistrer directement depuis les chambres. Ils n'ont plus de raison d'être ».

L'industrie assiste alors aujourd'hui au déploiement des check-in réalisables sur Internet et via n'importe quel appareil mobile.

Cette innovation, le groupe Accor a entrepris de l'intégrer à son réseau via le déploiement d'une nouvelle solution digitale qui remet l'**accueil hôtelier** au goût du jour.

Elle se résume en **quatre étapes** simples à réaliser, pour le personnel et les clients afin de procéder à l'enregistrement de ces derniers :

le client reçoit en amont une invitation pour préparer son check-in en ligne, s'il a réservé en direct ou s'il est porteur d'une carte de fidélité du groupe ;

le jour de son arrivée, il reçoit un message d'accueil par sms pour lui confirmer que sa chambre l'attend, que sa clé est prête et lui donner quelques informations pratiques (moyens de transport pour se rendre à l'hôtel, codes d'accès du parking,...) ;

à son arrivée, la clé lui est remise immédiatement sans effectuer les formalités administratives habituelles ;

à son départ, il rend simplement sa clé et la facture lui est envoyée par email.

L'**objectif** affiché par le groupe est de profiter des technologies numériques pour **recevoir les clients de manière toujours plus personnalisée**. L'accueil se veut alors moins consacré aux formalités administratives et l'hôtelier peut se rendre encore plus disponible pour ses clients. « Combiner au mieux l'accueil personnalisé et humain de nos clients avec le gain de temps que permettent les nouvelles technologies a été au cœur de ce travail d'innovation. Sur les hôtels déployés, les premiers résultats sont très encourageants : plus de 90% des clients qui ont utilisé ce service déclarent vouloir le réutiliser. Les files d'attente disparaissent progressivement et les hôteliers sont plus disponibles pour leurs clients. Ils peuvent se consacrer au cœur de leur métier d'hôte, leur passion », explique Christine Pouletty, Directrice du projet. Testé depuis un an dans une vingtaine d'établissements en France, au Royaume-Uni en Italie, en Belgique et aux Pays-Bas, ce nouveau parcours est désormais en place dans

60 hôtels dans 13 pays et l'ambition du groupe est de le rendre disponible dans 1000 hôtels, soit près de 30% du réseau, dès la fin de l'année 2014.

B&B Hôtels s'est également doté de son programme de check-in à distance, qu'il réserve en exclusivité aux membres de son programme de fidélité e-club. Il s'agit d'un service qui permet aux clients qui le souhaitent de recevoir à distance, le jour même du début de leur séjour, le numéro et le code d'accès à leur chambre. Ces derniers n'ont alors plus besoin de passer par la case réception et peuvent accéder au dispositif via Internet et ce directement depuis leur téléphone portable, smartphone ou tablette numérique.

Pour aller plus loin encore dans l'innovation technologique, la société Itesso, fournisseurs de solutions hébergées sur le cloud, propose d'utiliser les Google Glasses pour faciliter l'enregistrement des clients dans les hôtels. Présenté à l'occasion du salon HITEC 2014 de Los Angeles, au mois de juin dernier, le dispositif permet au personnel des établissements de reconnaître les clients lorsqu'ils se dirigent vers le comptoir d'accueil et avant même de les saluer. Étant reliées à la technologie du cloud, également fournie par Itesso, les Google Glasses sont en mesure de comparer les visages des clients aux photos de ces derniers publiées publiquement sur les réseaux sociaux comme LinkedIn. Une fois le client identifié, une simple commande vocale suffit au personnel des hôtels pour finaliser la procédure de check-in, lui permettant d'être plus rapide, plus efficace et de se rendre plus disponibles pour les hôtes. « En ce qui concerne le secteur hôtelier, Itesso a adapté les Google Glasses afin d'être en mesure d'offrir une fonctionnalité recherchée depuis longtemps, soit la capacité d'identifier les clients avant même d'avoir le temps de prononcer leur nom », a déclaré Bas Blommaert, président de Itesso.

Vers une clé de chambre 2.0

Outre la dématérialisation des procédures de check-in, qui permet notamment de réduire les files d'attentes devant les comptoirs d'accueil, celle des clés de chambre les supprime entièrement. La technologie sans fil s'inscrit en effet comme une alternative idéale aux cartes magnétiques ou à puce et offre davantage de liberté aux clients, qui, après avoir réalisé leur check-in sur Internet, peuvent rejoindre directement leur chambre sans passer par la réception, quelque soit l'heure de leur arrivée.



Ceci est aujourd'hui rendu possible par le développement de la technologie NFC (Near Field Communication), dont sont déjà équipés un certain nombre de smartphones sur le marché. La NFC permet en effet à ses utilisateurs d'envoyer et de recevoir des données de manière instantanée et en toute sécurité, sur de courtes

distances. Les clients sont ainsi en mesure de recevoir des signaux d'accès directement sur leur téléphone portable et il leur suffit d'approcher ce dernier du lecteur NFC situé sur la serrure de leur chambre pour l'ouvrir. L'arrivée de cette nouvelle technologie permet ainsi la dématérialisation totale du check-in dans les hôtels et transforme le téléphone portable en objet clé du séjour hôtelier. Devant les avantages évidents de la NFC, plusieurs établissements ont déjà tenté l'expérience, notamment au sein de l'enseigne Holiday Inn et dans le réseau du groupe Hyatt.

En attendant la démocratisation de la technologie NFC, les fournisseurs développent d'autres solutions qui permettent aux clients de se passer de clé ou de carte pour ouvrir leur chambre d'hôtel. Partant du constat que 75% de la population mondiale possède un téléphone portable, Sesame technology a par exemple mis en place une solution qui fait appel à l'utilisation des codes QR. Elle consiste en l'installation d'un boîtier extérieur sur une porte, sous lequel il suffit de scanner son code QR pour entrer. Dans le cas d'une chambre d'hôtel, un dispositif intérieur est également installé pour permettre aux clients de communiquer avec le personnel de l'établissement via différents messages : « ne pas déranger », « faire le ménage », « chambre libérée ». Le boîtier permet également la traçabilité des entrées et des sorties et la transmission, via son écran tactile, de messages au détenteur du code QR. Qu'il s'agisse d'un hôtel ou d'une location de vacances, l'idée est alors de remplacer les clés par un code QR que l'on peut recevoir sur son téléphone mobile afin de le flasher sous le dispositif positionné devant la porte fermée. Les boîtiers sont également personnalisables afin de se fondre dans le design et la décoration des établissements.

Les conciergeries nouvelle génération



L'expérience de l'arrivée ne se résume pas au simple check-in et à l'accès à la chambre, mais concerne le **lobby** hôtelier dans son intégralité. En tant que lieu de passage obligatoire emprunté par tous les clients, ce dernier doit en effet être **convivial et pratique** tout en encourageant le partage.

L'une des priorités est alors d'éviter tous type de désagréments aux clients, comme celui que représente les files d'attente aux différents comptoirs, et leur offrir un maximum de liberté et de personnalisation. Les nouvelles technologies cherchent une fois de plus à répondre à ces évolutions. Les fournisseurs et groupes hôteliers se sont ainsi attaqués à la dématérialisation des services de conciergeries, comme cela

existe au sein de la chaîne Novotel. Le service est alors disponible sur un **écran tactile** présent dans le lobby des établissements et a été décliné en applications mobiles. L'écran est installé au centre des espaces généraux et permet aux clients de naviguer pour découvrir l'**ensemble des informations** liées à la marque et à la destination dans laquelle est implanté l'hôtel. Le dispositif inclut également d'autres services innovants comme l'**envoi de cartes postales virtuelles**. C'est notamment le type de solutions que propose la société française Touch Innovation aux hôteliers avec sa gamme de bornes et totems personnalisables à mettre au service des clients dans les espaces fréquentés des établissements.

D'autres professionnels du secteur ont tout misé sur le mobile pour leur service de conciergerie, afin que leurs clients puissent se renseigner sur l'hôtel et ses alentours même s'ils ne se trouvent pas dans l'établissement. Plusieurs fournisseurs d'applications smartphone se sont ainsi positionnés sur le segment, à l'image de LoungeUp qui permet aux hôteliers d'offrir à leurs clients des conseils de sorties, de restaurants, mais aussi la possibilité de commander un room-service ou de poser des questions au personnel de l'hôtel.

Autre acteur sur le secteur, Hotelcloud a également développé une plateforme qui permet aux clients d'un hôtel de découvrir et de commander en temps réel les services proposés par l'hôtel ainsi que par des prestataires d'activités et de services des alentours. Ils peuvent alors facilement réserver un service dans l'hôtel (ménage, soin en spa, room-service), et découvrir et commander des activités locales (transports, livraison de repas, réservation de table, visites). Toutes ces activités sont partenaires d'Hotelcloud, et sont approuvées et recommandées par l'hôtel. L'objectif est ainsi de permettre aux hôteliers d'augmenter les réservations de chambres, d'améliorer les avis des clients, et de générer facilement des revenus via des partenariats pré-négociés avec des prestataires locaux.

Pour dématérialiser leur service de conciergerie et le rendre disponible sur toutes sortes d'appareils mobiles, d'autres enseignes ont choisi de passer par les réseaux sociaux. Présenté à l'occasion de la dernière édition des Worldwide Hospitality Awards, le programme Pin Pack Go de Four Seasons propose par exemple un service interactif sur Pinterest, alimenté par les clients et les hôtels. Il s'agit de permettre aux hôtes d'entrer en contact avec des experts locaux avant de se rendre dans les établissements. Après plusieurs prises de contacts, ces derniers sont alors en mesure de « pinner » ensemble pour créer un itinéraire entièrement personnalisé, avec des expériences au sein des hôtels et des temps forts dans les destinations. Pin Pack Go exploite ainsi la puissance et la popularité de Pinterest pour mettre en contact les clients et les experts locaux de Four Seasons à travers le monde.

Sans s'engager sur le chemin de la dématérialisation totale, de nombreux hôteliers préfèrent garder un personnel dédiés à la conciergerie de leur établissement et utilisent la technologie pour les assister dans leur travail quotidien. Parmi les innovations les plus avancées, l'hôtel Fairmont de San Francisco a équipé ses concierges de Google Glasses afin qu'ils aient instantanément accès à toutes les informations nécessaires au renseignement des clients.

2. Lisez le texte « **La technologie pour accueillir le client** » et trouvez à l'aide de l'Internet les équivalents français des termes suivants :

le *lobby* ; le *check-in* ; des *desks* ; un *email* ; le *cloud* ; les *Google Glasses* ; le *code QR* ; un *room-service*.

3. Lisez le texte « **L'accueil à l'hôtel et au restaurant. À la recherche du Wow !** » par Monique Lallier et dites si les affirmations ci-dessous sont vraies ou fausses.

L'accueil à l'hôtel et au restaurant. À la recherche du Wow !

Après plusieurs heures de route, vous parvenez enfin à votre hôtel. Le portier vous accueille avec un large sourire, s'informe si vous avez fait un bon voyage et, dans le hall, vous dit :

— Joannie vous attend à la réception.

Après l'inscription, vous entrez dans l'ascenseur où un préposé à l'entretien vous demande, avant de presser le bouton pour vous :

— À quel étage allez-vous ?

Arrivé au cinquième, alors que vous avez l'air de chercher la direction de votre chambre, juste un tout petit instant, une femme de chambre vous aborde poliment :

— Puis-je vous aider ?

Voilà ce qui s'appelle un travail d'équipe afin d'obtenir un « Wow ! » du client, en l'accueillant et en le prenant en charge !

L'accueil est l'affaire de tout le personnel d'un établissement, du portier à la serveuse, du bagagiste à la femme de chambre, du préposé à l'entretien au directeur, en passant par la réceptionniste. Le *Grand Robert* le définit comme « *la manière de recevoir quelqu'un, de se comporter avec lui quand on le reçoit ou quand il arrive* ». L'accueil, c'est le premier moment de vérité de l'approche-client, ce bref instant où le client, au restaurant ou à l'hôtel, pressent si son séjour se fera sous de bons auspices ou pas. C'est le « Bonjour ! » à l'arrivée et le « Merci ! » ou l'« Au revoir » ! au départ. Entre les deux, le service doit être attentionné et professionnel.

Les gens voyagent de plus en plus. Ils sont devenus des connaisseurs de l'accueil. Ils peuvent comparer et choisir n'importe quel établissement. Ils ne se contentent plus d'être satisfaits. Ils veulent être séduits. Une étude réalisée à la Vanderbilt University de Nashville a d'ailleurs révélé que de 25 % à 40 % des clients satisfaits ne revenaient pas au même endroit. Ils veulent être plus que satisfaits. Les clients ne se contentent plus d'un « O.K. » ou d'un « Ah ! », ils veulent l'excellence, le summum, le « Wow » !

Pour une entreprise, un client qui ne peut retenir un « Wow ! » parle avec enthousiasme de son expérience et le fait savoir à son entourage. De nos jours, les internautes se font un plaisir d'utiliser les sites tels que Voir et TripAdvisor pour donner leurs commentaires sur leurs expériences et le nombre de visiteurs de ces sites est immense : près de 18 millions de visiteurs par semaine dans le cas de TripAdvisor.

Les attentes du client

L'accueil demeure un facteur humain, culturel et social que symbolise la poignée de main. Tout client s'attend à être reconnu, d'abord comme un être humain et, ensuite, comme un client qu'on désire. Quand il arrive fatigué d'un long voyage, il ne veut pas être accueilli à la réception par un employé qui a le nez collé à l'écran de son ordinateur. Cet employé n'est pas un distributeur de cartes magnétiques. Il doit être attentif aux besoins du client, d'autant plus qu'il est très souvent la première personne qui accueille le client.

Parmi ceux qui fréquentent un restaurant ou un hôtel, il y a celui qui en est à sa première expérience et qui aura besoin d'être guidé, ou l'habitué qui connaît l'environnement, mais qui s'attend à être reconnu. Chaque client veut se sentir chez lui, il désire qu'on le reconnaisse et qu'on le respecte. Non seulement la gentillesse du personnel viendra-t-elle combler ces besoins, mais elle pourra souvent faire oublier certaines défaillances involontaires dans le service.

LA COMMUNICATION DU MESSAGE DE BIENVENUE

Comme le dit Pierre Gouirand dans son livre intitulé *L'accueil hôtelier*, « l'accueil est communication et il faut bien communiquer le message de bienvenue ». Ce message se transmet par la signalisation et la communication verbale et non verbale. Les gestes, les paroles, les gens peuvent faire toute la différence dans l'accueil du client. On n'a jamais une deuxième chance de faire une bonne première impression, dit le dicton.

L'accueil silencieux de la signalisation

La signalisation extérieure et intérieure sont les deux composantes de la communication visuelle. Avant même son arrivée, le client reçoit des informations relatives à l'établissement. La signalisation touristique peut l'attirer et le sécuriser alors que l'enseigne extérieure lui en dit long sur le genre de la maison et le prédispose à l'accueil.

La signalisation interne a aussi un effet sur l'accueil. Un client qui vient pour la première fois dans un restaurant peut ne pas se sentir à l'aise. Il ne connaît pas les habitudes de l'établissement. Doit-il s'asseoir lui-même ou attendre l'hôtesse ? Une affiche lui indiquant les consignes le sécurise. À votre prochaine visite à Montréal, arrêtez au restaurant de l'hôtel Novotel où l'affiche suivante vous attend : « S'il vous plaît, attendez le prochain sourire ! ». Une façon originale d'accueillir tout en faisant patienter le client...

La signalisation, aussi bien à l'extérieur qu'à l'intérieur, doit être visible, lisible, s'intégrer à la décoration et représenter l'atmosphère de l'établissement. C'est un accueil silencieux, mais précieux.

Les gestes qui parlent

La communication non verbale représente environ 75 % de la communication. Par conséquent, elle est très importante dans le processus de l'accueil. Elle peut comprendre des gestes de respect comme de faire un mouvement vers la personne qui arrive, démontrant l'intérêt qu'on a pour elle et l'importance qu'on lui accorde. L'employé qui se lève pour accueillir le client sera perçu comme avenant et dynamique. Cela dit, le geste doit être fait avec promptitude et empressement ainsi qu'avec le désir d'être agréable.

Puisqu'il se voit de loin, le langage non verbal permet de communiquer à distance. C'est le sourire et le contact visuel que la serveuse vous adresse de loin pour vous signifier qu'elle vous a vu et qu'elle s'occupera de vous dans un moment. Ce contact sera d'autant plus fort s'il a lieu à l'instant où le client arrive ou dans la minute qui suit. Si l'on choisit d'accueillir le client à l'extérieur du restaurant, il faut le faire avec douceur et enthousiasme pour éviter que la sollicitation des passants ne devienne pas trop envahissante.

Accueillir le client avec dynamisme signifie d'éviter toute posture passive ou désinvolte, comme d'être appuyé sur le comptoir ou sur l'ordinateur, de s'adosser au mur ou encore de mâcher de la gomme ou de manger.

Les mots pour le dire

Le message d'accueil doit s'énoncer à l'aide d'un vocabulaire, d'une élocution, d'une intonation et d'un langage appropriés. On choisit un vocabulaire optimiste et chaleureux où le oui est présent. Un vocabulaire négatif, pessimiste, froid, qui exprime le refus et où le non est dominant est rebutant pour un client. Les mots doivent aussi être prononcés clairement, assez fortement et distinctement, de façon à être bien compris. Souvent, le débit est trop rapide et oblige le client à faire répéter. Une bonne élocution est un signe de courtoisie et de bonne éducation. Cela dit, l'intonation peut tout détruire.

SATISFACTION DU CLIENT

CLIENT +		COMPORTEMENT DU PERSONNEL	CONSÉQUENCE SUR L'ENTREPRISE
Séduit	Remarquable	Exemplaire	Référence
« Wow ! »	Excellent	Dédié	Notoriété
Surpris	Bon	Engagé	Fidélisation des clients
« Ah ! »			
Satisfait	Convenable	Impliqué	Satisfaction des clients
« O.K. ! »	Passable	Exécutant	Indifférence des clients
Insatisfait	Insatisfaisant	Résistant	Insatisfaction des clients
« Ouach ! »	Dramatique	Déviant	Perte des clients

Une voix haut perchée peut être perçue comme un signe de danger et, par conséquent, peut être désagréable pour le client. Le volume de la voix est également déterminant. Il ne doit être ni inaudible pour exiger un trop grand effort d'écoute de la part du client ni trop fort pour ne pas gêner celui qui ne veut pas que toute la clientèle connaisse ses besoins. Le ton de l'accueil doit être calme, chaleureux, réconfortant et chargé d'humilité. Cela est aussi très utile dans les situations difficiles. La voix est un organe qui se travaille, les comédiens et les chanteurs en savent quelque chose. De la même façon que les artistes, votre personnel peut s'entraîner à adopter le ton et le langage voulus, pour peu que vous vous donniez la peine de le diriger.

La langue

En général, on accueille le client dans sa langue. Au Québec, par exemple, il est très important que le personnel maîtrise le français et l'anglais. Lorsque des employés parlent une troisième langue, ils pourraient être mis en valeur en accueillant certains clients dans leur langue d'origine. On pourrait même leur faire porter une épinglette à l'effigie du pays dont ils parlent la langue. Ainsi, la clientèle pourrait les repérer facilement.

	Vrai	Faux
1. À votre arrivée, le directeur vous accueille avec un large sourire, s'informe si vous avez fait un bon voyage		
2. Dans l'ascenseur le liftier vous demande, avant de presser le bouton pour vous :— À quel étage allez-vous ?		
3. À votre étage, une femme de chambre vous aide à trouver votre chambre.		
4. Le « Wow ! » c'est un accueil excellent.		
5. Pour une entreprise, un client qui ne peut retenir un « Wow ! » parle avec enthousiasme de son expérience et ne le fait jamais savoir à son entourage.		
6. Le réceptionniste doit être attentif aux besoins du client, d'autant plus qu'il est très souvent la première personne qui accueille le client.		
7. On a toujours une deuxième chance de faire une bonne première impression, dit le dicton.		
8. La signalisation, aussi bien à l'extérieur qu'à l'intérieur, doit être visible, lisible, s'intégrer à la décoration et représenter		

l'atmosphère de l'établissement.

9. L'employé qui ne se lève pas pour accueillir le client sera perçu comme avenant et dynamique.

10. C'est le sourire et le contact visuel que la serveuse vous adresse de loin pour vous signifier qu'elle vous a vu et qu'elle s'occupera de vous dans un moment.

11. Accueillir le client avec dynamisme suppose toute posture passive ou désinvolte, comme d'être appuyé sur le comptoir ou sur l'ordinateur, de s'adosser au mur ou encore de mâcher de la gomme ou de manger.

Les comparatifs

Plus (moins, aussi) + adjectif + (que)
Plus (moins, autant) de + nom + que

Plus (moins, aussi) + adverbe + (que)
Verbe + plus (moins, autant) que

*Le Louvre est **plus** grand **que** le musée d'Orsay et il y a **plus de** visiteurs.
Notre séjour est **moins** long et nous avons **moins d'**excursions **que** vous.*

Comparatifs irréguliers :

Bon(ne) : **meilleur(e)**

Bien : **mieux**

Les superlatifs

Le/la/les plus (moins) + adjectif
Le plus (moins) de + nom

Le plus (moins) + adverbe
Verbe + le plus (moins)

Irréguliers : bon : **le meilleur**
bonne : **la meilleure**

Bien : **le mieux**

4. Complétez avec des expressions comparatives.

1. Le train est _____ rapide _____ l'avion. 2. Elle est bilingue, elle parle _____ bien l'allemand _____ le français. 3. À Paris, le musée Picasso est _____ visité _____ le musée du Louvre. 4. Les Français ne parlent pas _____ langues _____ les Suisses. 5. Aujourd'hui, les voyages sont _____ dangereux _____ dans le passé. 6. Les informations circulent _____ vite _____ au siècle dernier. 7. Les gens vivent _____ longtemps _____ avant.

5. Utilisez le superlatif.

- A. Ex. :- Gérard Depardieu est un acteur français très connu.
- Oui, je pense que c'est l'acteur français *le plus connu*.

1. – Le Pont-neuf est un très vieux pont. –
2. – Le Marais est un quartier très intéressant. –
3. – La rue de Vaugirard est une rue très large. –
4. – Les magasins de la rue Saint-Honoré sont très chers. –
5. – Les restaurants de Montmartre sont très touristiques. –

- B. Ex. : Le Nil/fleuve/long/Afrique (+)
→ *Le Nil est le fleuve le plus long d'Afrique.*

1. Le Carlton/hôtel/bien situé/ville (+)
2. La Sicile/île/intéressant/Méditerranée (+)
3. Bruxelles/destination/cher/brochure (-)
4. Mlle Amato/bon/guide/musée (+)

6. Complétez avec *mieux, le mieux, meilleur, le meilleur*.

1. Dans ce club de vacances, c'est Arthur _____ animateur. 2. Dans ce club de vacances, c'est Arthur qui anime _____. 3. C'est _____ de visiter ce musée le matin. 4. En juin, le temps est _____ qu'en mai. 5. Selon moi, le Dom Pérignon est le champagne _____ du monde. 6. On produit le _____ champagne en France. 7. Leur vin rouge est _____ que leur vin blanc. 8. C'est _____ de choisir une chambre avec vue sur la jardin. 9. Dans la brigade, c'est Eric Loiseau qui cuisine _____. 10. C'est l'Hôtel Métropole _____ hôtel de la ville.

7. Faites des phrases avec les éléments proposés. Utilisez la comparaison.

Exemple : *Jours fériés / + / maintenant*

→ *Maintenant, nous avons plus de jours fériés qu'avant.*

1. employés / - / il y a 2 ans →
2. travailler / - d'heures / il y a 10 ans →
3. vacances / + longues / mon ancien poste →
4. moi / = motivation / à mon poste actuel →
5. horaires / + intéressants / cette année →
6. mon chef / + proche / mon ancien chef →

8. Complétez les phrases avec les éléments nécessaires.

1. Il y a _____ (=) de jours de congés payés payés chez Asietour _____ chez Jet Tour.
2. Les réductions sur les produits sont _____ (+) intéressantes chez Voyages Express _____ chez Vacances Voyages.
3. Paris se situe parmi les villes les _____ (-) chères.
4. Paris est _____ (+) accessible _____ quinze autres destinations majeures.
5. New York est la ville la _____ (+) chères.
6. Des villes comme Francfort ou Prague sont _____(=) chères _____ Paris, mais Budapest ou Berlin sont _____ (-) chères.

9. Une enquête de satisfaction.

Des clients donnent leur opinion sur des hôtels pour un guide touristique.

Lisez les énoncés et dites de quoi ils parlent. Cochez dans la bonne colonne.

1. Elles sont grandes et vraiment confortables avec une belle salle de bains.
2. Il n'y a pas de parking privé. Je trouve que ce n'est pas pratique.
3. Il y a beaucoup de bruit parce que l'hôtel est en plein centre ville.
4. L'hôtel est dans un parc et la vue de la chambre est magnifique.
5. Je trouve que le restaurant est très agréable et très bien décoré.
6. Le personnel est très aimable avec les clients, et la réceptionniste est charmante.

Personne	La situation de l'hôtel	L'accueil	Les chambres	Les prestations
1				
2				
3				
4				
5				
6				

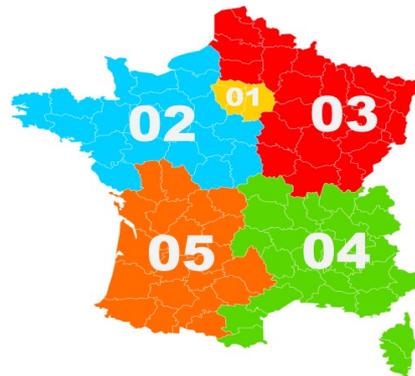
VI. COMMUNICATION

TÉLÉPHONER EN FRANCE

Les numéros de téléphones

En France, les numéros de téléphone commencent par :

01	Région parisienne
02	Région Nord Ouest
03	Région Nord Est
04	Région Sud Est
05	Région Sud Ouest
06 ou 07	Téléphones portables
00	Appels vers l'étranger



1. Observez la carte ci-contre et la de la France. Complétez les numéros de téléphone suivants.

Paris : -- 46 90 30 99

Strasbourg : -- 56 34 85 27

Rennes : -- 76 54 21 77

Bordeaux : -- 21 22 98 65

Nice : -- 12 75 64 39

2. Lisez les règles de politesse pour téléphoner.

- Respecter les heures d'appel (de 9 h à 21 h) et ne pas appeler aux heures de repas (12 h 30 – 13 h 30 /19 h 30 – 20 h 30) sauf urgence.
- Ne pas téléphoner le dimanche excepté à la famille et aux amis.
- Dire « bonjour » pour commencer la conversation et se présenter.
- Couper son téléphone portable au restaurant, au cinéma, pendant une réunion, dans un hôpital, un musée...
- Ne pas déposer son portable allumé sur la table pendant un repas.
- Choisir une sonnerie discrète, activer le mode « silencieux » ou « vibreur ».
- Votre portable sonne en public : s excuser et s'éloigner pour parler.
- Parler doucement, inutile de crier.

Cochez les règles normales pour vous. Expliquez pourquoi les autres règles ne sont pas normales pour vous.

3. Trouver les correspondances comme dans l'exemple.

1. Pour saluer au téléphone (dans un contexte formel /professionnel :	a. Vous pouvez..., s'il vous plaît ? Pouvez-vous..., s'il vous plaît ? Je peux laisser un message ?
2. Pour demander à parler à quelqu'un :	b. Je suis désolé(e). Excusez-moi.
3. Pour dire l'objet de l'appel :	c. Je vous en prie. De rien.
4. Pour demander de faire quelque chose :	d. C'est au sujet de/d'... C'est pour...
5. Pour répondre à un remerciement :	e. Bonjour, je voudrais parler à M. Masson à la responsable du service.
6. Pour demander le nom :	f. Ne quittez pas, s'il vous plaît. Un instant, s'il vous plaît.
7. Pour demander l'objet d'un appel :	g. C'est de la part de qui ? Vous êtes monsieur / madame... ?
8. Pour faire patienter :	h. C'est à quel sujet ? C'est pour quoi ?
9. Pour dire que la personne n'est pas disponible :	i. Nom de la personne de la société + bonjour ! du service
10. Pour demander l'autorisation :	j. Il / elle est absent(e) pour le moment. Le poste ne répond pas. Il /elle est en ligne / en réunion.
11. Pour s'excuser :	k. Je peux prendre vos coordonnées ? Je peux prendre un message ?

4. Vous êtes l'agent d'accueil du voyageur Voyages Express. Vous répondez au téléphone et complétez la fiche téléphonique.

L'agent d'accueil : Voyages Express. Bonjour !

M. Pilat : Bonjour, madame. Je voudrais parler à M. Masson, s'il vous plaît.

L'agent d'accueil : Oui, c'est de la part de qui ?

M. Pilat : M. Pilat.

L'agent d'accueil : C'est à quel sujet ?

M. Pilat : Eh bien, c'est pour notre dossier « Japon ».

L'agent d'accueil : Un instant, s'il vous plaît. Ne quittez pas.

L'agent d'accueil : Je suis désolée, le poste ne répond pas. Je peux prendre vos coordonnées ?

M.Pilat : Oui, bien sûr.

L'agent d'accueil : Pouvez-vous épeler votre nom, s'il vous plaît ?

M.Pilat : Pilat. P comme Pierre, I, L comme Louis, A et T comme Thérèse. Alors, mon numéro de téléphone est le 06 81 56 89 03. J'attends son appel. C'est urgent.

L'agent d'accueil : Très bien. C'est noté.

M.Pilat : Je vous remercie.

L'agent d'accueil : Je vous en prie. Au revoir.

VOYAGES EXPRESS	
Message	<input type="radio"/> Urgent <input type="radio"/> Rappeler
De	À
Tél.	
Objet de l'appel	

Interrogation

Question sur toute la phrase	Question sur une partie de la phrase
<ul style="list-style-type: none">- Intonation (<i>familier</i>) : Vous avez un numéro de téléphone ?- Est-ce que (qu') (<i>courant</i>) : Est-ce que vous avez un numéro de téléphone ?- Inversion sujet/ verbe (<i>soutenu</i>) : Avez-vous un numéro de téléphone ?	<ul style="list-style-type: none">- Combien ? Quand ? Où ? Comment ? Pourquoi ? <i>Quand</i> pensez-vous arriver ? Pour <i>combien</i> de personnes ?- Qui/ Qui est-ce qui ? - Que (qu')/ Qu'est-ce que (qu') ? <i>Que</i> votre entreprise vend-elle? (<i>soutenu</i>) <i>Qu'est-ce que</i> vous vendez ? (<i>courant</i>)- Quel (le) (s) ? <i>Quel</i> type de chambre souhaitez-vous ?

5. Trouver les correspondances comme dans l'exemple.

1. Pour indiquer / vérifier que vous êtes au bon numéro :	a. À tout à l'heure ! À ce soir ! À lundi ! À demain ! Bonne journée ! Bon après-midi ! Bonne soirée ! Bon week-end !
2. Pour se présenter au téléphone :	b. Vous êtes bien au 07 07 98 56 27. / Vous êtes bien sur le portable de Lucie. Je suis bien au 04 32 56 75 98 ? Je suis bien chez M. et Mme Leclerc ?
3. Pour indiquer la raison de l'appel :	c. C'est Patricia Bonnard. / Patricia Bonnard à l'appareil.
4. Pour proposer de rappeler et indiquer un moment :	d. Je te / vous rappelle lundi / tout à l'heure / cet après-midi / ce soir / demain matin / plus tard. Vous pouvez me rappeler au 03 17 54 36 87.
5. Pour terminer un message / une conversation au téléphone :	e. Je suis libre mardi soir. Je ne suis pas disponible pour le moment.
6. Pour indiquer la disponibilité /l'indisponibilité :	f. Nous pouvons sortir. Vous pouvez laisser un message.
7. Pour faire une proposition :	g. Je te / vous téléphone parce que je suis à Paris.

6. Lisez les courriers électroniques suivants. Vrai ou faux ?

<p>Bonjour, Marina, Une petite question : tu es au bureau, mardi matin ? Je voudrais organiser une réunion avec Jérôme, Thomas et Sabine. Ils sont libres mardi, de 9 h à 11 h. Et toi ? Il y a aussi une possibilité jeudi après-midi, de 15 h 30 à 17 h 30. Sylvie.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sylvie voudrait organiser une réunion mardi après-midi. 2. Sylvie n'est pas libre mardi matin. 3. Marina est en déplacement mardi. 4. Marina n'est pas libre mercredi. 5. La réunion est possible jeudi après-midi. 6. Marina est libre vendredi matin.
<p>Bonjour, Sylvie, Je suis désolée, mardi, je suis en déplacement à Rennes ! Mercredi, je suis en réunion avec des clients, mais je suis libre jeudi et vendredi matin. Marina.</p>	

7. Complétez les SMS avec les formes correctes du verbe *partir*.

- ❶ Nous _____ au Mexique jeudi. Jean
- ❷ Je _____ au Danemark avec toi. Fabrice
- ❸ Vous _____ en Tunisie quand ? Joël
- ❹ Les commerciaux _____ au Brésil en mai. Valérie
- ❺ Tu _____ à Madagascar pour les vacances ? Vincent
- ❻ Le train _____ à quelle heure ? Stéphanie
- ❼ Mme Mignot _____ en mission au Vietnam. Christian

8. Léa téléphone à son ami Thomas. Ils ont rendez-vous à la préfecture pour leur carte de séjour. Lisez leur dialogue et cochez les bonnes réponses.

Thomas : Oui, allô ?

Léa : Bonjour, Thomas. C'est Léa. Comment vas-tu ?

Thomas : Ça va, ça va, merci... Et toi ?

Léa : Très bien ! Je t'appelle parce qu'on a rendez-vous à la préfecture pour la carte de séjour aujourd'hui. Tu te souviens ?

Thomas : Oui... non... Ah oui ! C'est vrai ! Aujourd'hui, c'est le 10 juillet ! On a rendez-vous à quelle heure déjà ?

Léa : À quatre heures moins le quart.

Thomas : De l'après-midi ?

Léa : Oui, voyons !

Thomas : Et où ?

Léa : Au 77, avenue de la République. Alors, à trois heures et demie devant l'entrée ?

Thomas : D'accord, à trois heures et demie. Mais laisse-moi ton numéro de portable, si j'ai un problème...

Léa : Oui, bien sûr. C'est le 06 29 43 67 09. À tout à l'heure, Thomas !

Thomas : À tout à l'heure, Léa, et merci pour ton appel !

1. Où est-ce que Léa et Thomas ont rendez-vous ?

à la mairie

à la préfecture

2. Et pour quoi faire ?

pour avoir leur carte de séjour

pour payer une amende

3. Quelle est l'heure du rendez-vous ?

15 h 45

16 h 15

4. À quelle heure se retrouvent Léa et Thomas devant la préfecture ?

15 h 15

15 h 30

5. Quel est le numéro de téléphone de Léa ?

zéro six / vingt-neuf / quatre-vingt-neuf / soixante-treize / vingt-huit

zéro six / vingt-neuf / quarante-trois / soixante-sept / zéro neuf

9. Voici un courriel de confirmation de la préfecture de Dijon. Lisez et répondez aux questions.

De : < dijon_adm@orange.fr >
À : < david.perez@yahoo.fr >
Objet : RDV carte d'identité

Monsieur,
Nous vous confirmons le rendez-vous pour le retrait de votre carte d'identité :
Le jeudi 21 octobre
à 11 h 15
avec des pièces suivantes :
- votre passeport
- deux photos
- un justificatif de domicile
- un chèque de 9 € 50.
Recevez, Monsieur, nos meilleures salutations,
Diana Nazario
Adjointe au maire

1. Qui écrit le courriel ?
2. À qui est-il adressé ?
3. Quel est l'objet du courriel ?
4. Quelle est la date du rendez-vous ?
5. À quelle heure est le rendez-vous ?
6. Quelles pièces sont demandées ?

10. Situation formelle ou informelle ? Cochez la bonne réponse.

1. Vous êtes à la mairie pour des formalités administratives. Vous dites :
 - Bonjour.
 - Bonjour, Madame / Monsieur.
 - Tu peux m'aider ?
2. Vous envoyez un courrier à France Télécom. Vous écrivez :
 - Madame, Monsieur, ...
 - Bonjour, Monsieur.
 - Salut, les amis !
3. Vous téléphonez à un(e) ami(e)/ Une autre personne répond : « Un instant, s'il vous plaît. » Cela signifie :
 - Votre ami n'est pas là.

- Votre ami est là.
- Votre ami est là, mais il faut attendre.

4. Vous téléphonez à votre ami Christophe. Vous dites :

- Allô ?
- Salut Christophe. C'est Sofia.
- Bonjour, c'est Sofia. Je voudrais parler à monsieur Véron.

5. Vous allez au cinéma avec un(e) ami(e). Pour fixer le rendez-vous, vous lui dites :

- Je vous attends à huit heures devant le cinéma.
- À 19 h 45 devant le cinéma, cela vous va ?
- À huit heures moins le quart devant le cinéma, d'accord ?

11. Vous recevez un courrier de la préfecture de Nancy.

**Pour la nouvelle carte d'identité européenne, vous devez remplir un formulaire.
Lisez la lettre, puis remplissez le formulaire.**

Préfecture de Nancy
6, rue Émile Gallé
54000 NANCY

Nancy, le 7 avril 20 ...

Madame, Monsieur,

Nous avons le plaisir de vous faire parvenir le formulaire pour l'obtention d'une nouvelle carte d'identité européenne.

Justificatifs demandés :

- un justificatif de domicile (facture de gaz ou d'électricité)
- une photocopie du passeport
- deux photos

Veillez remplir le formulaire et nous le retourner avant le 21 mai 20..., daté et signé.

Avec tous nos remerciements, recevez, Madame, Monsieur, l'expression de nos sentiments les meilleurs.

Jean-Yves Peutebeste
Secrétaire de la préfecture

**FORMULAIRE POUR L'OBTENTION
D'UNE CARTE D'IDENTITÉ EUROPÉENNE**

NOM :

Prénom :

Date de naissance :

Lieu de naissance :

Nationalité :

État civil :

célibataire marié(e) pacsé(e) divorcé(e)

Profession :

Adresse (domicile) :

Numéro de téléphone :

Numéro de portable :

Courriel :

Justificatif à fournir (cochez les pièces demandées)

- un justificatif de domicile
- un chèque de 50 euros
- deux photos
- une photocopie de la carte d'identité
- une photocopie du passeport

Lieu et date :

Signature :

12. a) Regardez attentivement la **carte de visite** de Yann et repérez les éléments suivants:



- Logo de l'entreprise
- Nom de l'entreprise
- Nom de la personne
- Poste de la personne
- Site internet de l'entreprise
- Adresse mail de la personne
- Téléphone de la personne
- Adresse de l'entreprise

b) Lisez les phrases suivantes et choisissez la bonne réponse.

Azur-Immo est une entreprise où on peut...

- Louer un appartement Réserver une table Organiser un voyage

Azur-Immo ne vend pas...

- De voitures D'appartements De maisons

Yann LEMARCHAND...

- Est le directeur de l'agence Côte d'Azur Travaille à l'agence Côte d'Azur
 Est client de l'agence Côte d'Azur

Les clients peuvent contacter Yann LEMARCHAND par courriel, par courrier et par téléphone...

- Non On ne sait pas Oui

Azur-Immo a des agences dans toute la France ?

- Oui Non On ne sait pas

13. Regardez toutes les cartes de visite (ex.14 et 15). Choisissez la bonne réponse.



1. Je dois organiser un repas d'affaires. Je fais appel à _____.

2. Mon entreprise a besoin d'un crédit. Je fais appel à _____.

3. Mon magasin cherche un local pour ouvrir une nouvelle succursale à Nice. Je fais appel à _____.

4. Mon chef aimerait déménager. Je fais appel à _____.

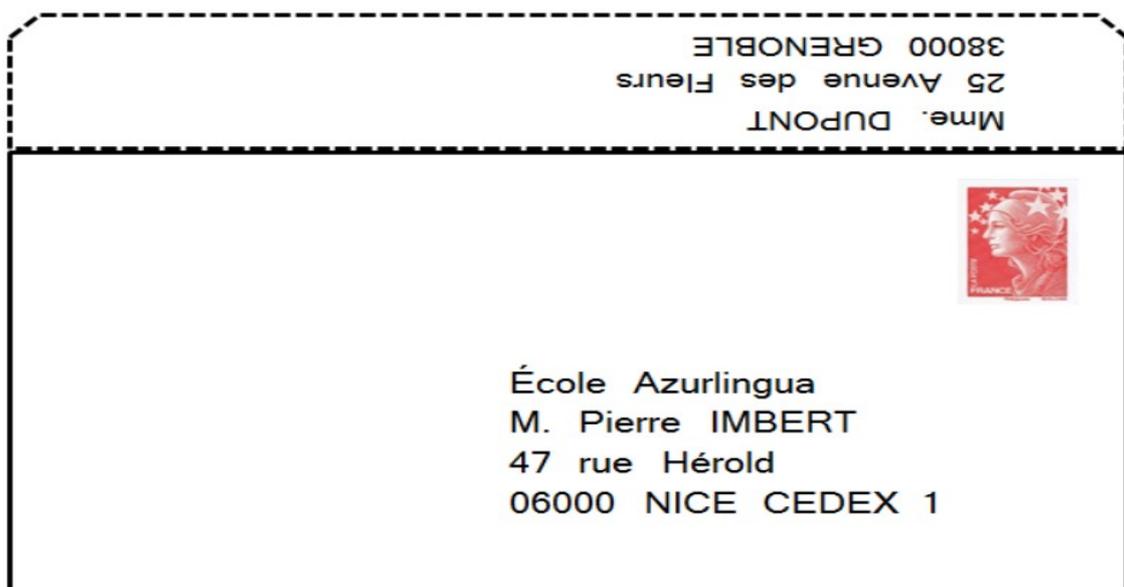
5. Mon entreprise doit acheter une assurance. Je fais appel à _____.

RÉDIGER UNE ADRESS POSTALE SUR UNE ENVELOPPE



1. Écrivez l'adresse complète de la personne que vous voulez contacter :
 - Nom de l'entreprise
 - NOM et prénom de la personne
 - Numéro et nom de la rue
 - Code Postal, VILLE
 - Boîte Postale (BP) et CEDEX
2. Écrivez VOTRE adresse ou l'adresse de l'expéditeur au dos de l'enveloppe.
3. Collez le timbre.

Regardez l'image:



14. Observez l'image ci-dessus. Dites si les phrases sont justes ou pas.

Le timbre doit être collé en haut et à gauche de l'enveloppe.

- Vrai Faux

Le nom de famille s'écrit en majuscules.

- Vrai Faux

Le nom de la ville s'écrit en minuscule.

- Vrai Faux

15. Faites correspondre les définitions aux objets.

1. Je suis un appareil informatique qui a remplacé la machine à écrire et qui s'est perfectionné afin de devenir un outil de travail multimédia. Je suis...

2. Je suis l'équivalent du mot anglais laptop. Attention, on peut me confondre avec un téléphone quand on parle de moi! Je suis...

3. Je suis un élément relié à l'ordinateur et qui permet de pointer et de sélectionner des éléments sur l'écran. J'ai le même nom qu'un petit animal! Je suis...

4. Je suis un lecteur portatif qui permet de lire des fichiers audio (mp3) et des vidéos (mp4). Je suis...

5. En France, je suis azerty. En Suisse, je suis qwertz et ailleurs je suis qwerty. Je suis...

Un clavier – un ordinateur – un souris – un portable – un baladeur.

16. Choisissez la bonne réponse.

Qu'est-ce qu'un *mot-clé*?

- Un mot utilisé dans un moteur de recherche
 Un mot qui protège l'accès à vos données

Qu'est-ce qu'un *wiki*?

- Un site de collaboration Un site personnel

Qu'est-ce qu'un *internaute*?

- Un utilisateur d'Internet Un moteur de recherche sur Internet

RÉSEAU SOCIAL



Un **réseau social** est une communauté sur Internet qui permet de communiquer et de partager des documents (photos, vidéos...) avec des amis, des collègues de travail ou avec des camarades de classe.

Il y a des réseaux d'amis, professionnels, pour les touristes... Les réseaux les plus populaires en France sont : Facebook, MySpace, Twitter, Google+, Viadeo...

Pour faire partie d'un réseau social il faut simplement s'inscrire et créer son **profil**, c'est-à-dire créer une **page personnalisée** à partir de vos coordonnées, votre situation familiale, vos loisirs, etc.

17. Aidez Gautier à remplir son profil.

Associez les deux colonnes.

Propositions	Réponses
1) Nom et prénom	• a) gautier.imbert@wanadoo.fr
2) Emploi	• b) Nice
3) Scolarité	• c) J'adore le rap
4) Résidence	• d) Animateur chez Azurlingua
5) Famille	• e) Jacques Prévert
6) À propos de vous	• f) Français, allemand et portugais
7) Langues	• g) Plongée et tennis
8) Courriel	• h) Licence en droit
9) Auteurs préférés	• i) IMBERT Gautier
10) Loisirs	• j) Ludovic, frère

RÉDIGER SES COURRIELS PROFESSIONNELS

À :	Christian Martinez « cmartinez@themis.ar »
Objet :	Mission Argentine (1)
CC :	
De :	Véronique Perret

Bonjour M.Martinez, (2)
 Je voudrais préparer un planning pour notre mission en Argentine. Quelles sont vos disponibilités ?
 Je vous joins mes propositions de rendez-vous.
 Merci, (3)
 Bonne journée. (4)
 Véronique Perret

Véronique Perret
 Directrice export – Société Thémis (5)
 78 rue Renoir – 59 000 Lille
 Tél : 03 45 69 71 23
 Port : 06 98 78 12 58
www.themis.fr

18. a) Observez ce courriel et repérez le vocabulaire informatique.

Vous cliquez sur

À Ajouter une pièce jointe Archiver Boîte de réception Brouillon Carnet d'adresses / Contacts Enregistrer Envoyer	Indésirable (un courrier) Joindre un fichier Supprimer Vérifier l'orthographe Messagerie Messages envoyés Mettre en copie (Cc) Mettre en copie cachée (Cci)	Nouveau message Objet Réexpédier Relever (le courrier) Répondre Transférer
--	--	---

b) Lisez le courriel et faites correspondre chaque phrase ci-dessous avec la partie numérotée qui convient.

- (a) Je remercie : « Merci d'avance / de votre aide / de votre réponse / de votre attention. »
- (b) Je termine avec une formule de politesse (formelle, neutre ou amicale) adaptée à la situation : « À bientôt », « Bonne journée », « Bonne semaine ».

- (c) Je commence par une situation (formelle, neutre ou amicale). On peut personnaliser : « Bonjour monsieur » ou « Bonjour madame » ou « Bonjour M. Dupont » ou « Bonjour Stéphane ».
- (d) Je signe avec mon nom complet, le nom de ma société, ma fonction et mes coordonnées (pas pour un collègue).
- (e) J'indique de manière claire et précise la raison de mon message.

19. Réservation individuelle directe.

Vous êtes agent de réservation à l'hôtel et vous répondez au client qui a déjà séjourné dans votre hôtel. Rédigez une lettre confirmant la réservation.

Commentaire : Utiliser un papier à en-tête.

Genre Prénom Nom du client
Adresse complète
Lieu, (en chiffres) jour mois année.

Madame,

Nous vous remercions de votre lettre du et serons très heureux de mettre à votre disposition une chambre double comme celles que vous avez eu l'habitude d'occuper dans le passé.

Nous avons bien noté votre arrivée pour le, tôt le matin, votre séjour durant jusqu'au après-midi.

Nos tarifs sont identiques à ceux qui ont été pratiqués lors de votre dernier séjour soiteuros, toutes taxes comprises par nuit pour la chambre et le petit-déjeuner continental.

Votre réservation est enregistrée sous la référence : N°.....

En nous réjouissant de vous accueillir de nouveau, nous vous prions d'agréer, Madame, l'expression de nos meilleures salutations.

Nom

Titre

VII. TROUVER UN EMPLOI

L'ENTREPRISE EN FRANCE

Les types d'entreprises françaises

Pour mesurer la taille d'une entreprise, on utilise souvent deux critères : **le chiffre d'affaires** (le montant total des ventes) et le nombre d'employés (**l'effectif**).

- Les **TPE** : les **très petites entreprises** (entreprises individuelles, artisans, commerçants, entreprises familiales) ont moins de 20 employés.
- Les **PME** : **petites et moyennes entreprises**
 - Les petites entreprises ont moins de 50 employés.
 - Les entreprises moyennes ont de 50 à 249 employés.
- Les **grandes entreprises** ont plus de 250 employés.

En France, la plupart des entreprises sont des petites entreprises.

Une grande entreprise est organisée en **directions** et **services**. Son adresse principale est appelée **siège social**. Les ouvriers, les employés, les cadres et les cadres dirigeants sont tous des **salariés** de l'entreprise. Dans certains cas, on utilise des mots différents pour désigner une entreprise :

- une **compagnie** aérienne, maritime, de chemin de fer, d'assurances...
- une **agence** de voyage, immobilière, de publicité.
- une **société** est une forme juridique d'entreprise.
- les grands **groupes** sont composés d'une **société mère** et **filiales**.

On peut aussi choisir une **profession libérale** (avocat, médecin, architecte...)

1. Cochez la bonne réponse.

	Vrai	Faux
1. Le chiffre d'affaires, c'est le nombre d'employés.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Les entreprises moyennes peuvent avoir 300 employés.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Il y a beaucoup d'entreprises en France.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Le siège social est l'organisation de l'entreprise.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Un ouvrier est un salarié.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Un grand groupe peut avoir un filiale.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. On parle d'agence aérienne.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Un cadre exerce une profession libérale.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Complétez les questions avec *quel, quelle, quels, quelles* et répondez aux questions.

1. Dans _____ type d'entreprise travaillez-vous ?
Préférez-vous travailler dans une grande entreprise ou dans une PME ?
2. Et dans votre pays, _____ est la taille moyenne des entreprises ?
3. _____ est la proportion d'entreprises privées et d'entreprises publiques (entreprises qui appartiennent à l'État) ?
4. Est-ce qu'il y a beaucoup d'entreprises individuelles, artisanales, familiales, de professions libérales ? Dans _____ secteurs d'activité ?

Le passé composé

Le passé composé exprime un fait accompli à un moment du passé.

Auxiliaire *être* ou *avoir* au présent + *participe passé* du verbe conjugué

Les verbes conjugués avec l'auxiliaire **être** sont :

les verbes pronominaux : *nous nous sommes assis (s'asseoir)* ;

les verbes de déplacement : (*aller, venir, arriver, partir, entrer, sortir, monter, descendre, passer, tomber*) ; les verbes d'état : (*rester, devenir, naître, mourir*).

Je suis allé(e)	Je me suis occupé(e)	J' ai réservé
Tu es parti(e)	Tu t'es trouvé(e)	Tu as annulé
Il/elle/on est venu(e)	Il / elle / on s'est renseigné(e)	Il/elle/on a eu
Nous sommes resté(e)s	Nous nous sommes adressé(e)s	Nous avons fini
Vous êtes retourné(e)s	Vous vous êtes levé(e)s	Vous avez fait
Ils/elles sont rentré(e)s	Ils / elles se sont servi(e)s	Ils/elles ont
été		

Indicateurs temporel du passé : hier, avant-hier, il y a trois jours, la semaine dernière, le mois dernier.

3. Conjuguez les verbes entre parenthèses au présent ou au passé composé.

Je (produire) _____ des bijoux que je (vendre) _____ sur Internet. Mes bijoux sont très simples et ne (contenir) _____ pas de métal. La semaine dernière, je (mettre) _____ de nouveaux modèles sur mon site. Mes bagues (obtenir) _____ beaucoup de succès et je (vendre) _____ aussi des colliers. La concurrence est forte sur Internet parce que les personnes qui (vendre) _____ des bijoux sont nombreuses mais je suis confiante !

4. Lisez le dialogue entre la journaliste et le directeur d'une entreprise et complétez la carte d'identité de l'entreprise ci-dessous.

La journaliste : Bonjour et bienvenue dans notre émission sur les petites et moyennes entreprises. Aujourd'hui, nous recevons Jean-Marc Benoît, directeur général du tour-opérateur Bon Voyage. Jean-Marc Benoît, bonjour !

Jean-Marc Benoît : Bonjour !

La journaliste : Tout d'abord, quel est historique de votre entreprise ?

Jean-Marc Benoît : Le voyageur Bon Voyage a été créé en 1960 par mon grand-père. En 1981, il a rejoint le groupe Daccor, leader européen dans le domaine du tourisme.

La journaliste : Et quelle est votre activité ?

Jean-Marc Benoît : Nous concevons et vendons des forfaits, des séjours, des circuits et des croisières sur mesure et à la carte, et une billetterie. Nous avons une gamme de 350 produits.

La journaliste : Qui sont vos clients ?

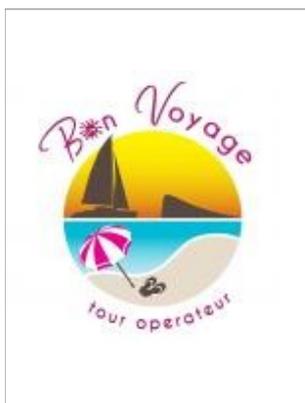
Jean-Marc Benoît : Les entreprises, les sociétés et les clients individuels. Nous touchons plusieurs secteurs d'activité. Nous concluons des accords avec les hôtels, les compagnies de transport et d'assurances, mais aussi nous avons des agences de réceptif dans le monde entier.

La journaliste : Où est située votre entreprise ?

Jean-Marc Benoît : Dans le sud-est de la France, en Provence et notre siège social se trouve à Nice.

La journaliste : Quelle est la taille de votre entreprise ?

Jean-Marc Benoît : Le Bon Voyage est une PME. Nous employons 230 personnes et nous avons un chiffre d'affaires annuel de 52 millions d'euros.



Nom de l'entreprise : _____
Directeur général : _____
Date de création : _____
Siège social : _____
Lieu d'implantation de l'entreprise : _____
Activité e l'entreprise : _____
Nombre d'employés : _____
Chiffre d'affaires annuel : _____

5. Des entrepreneurs parlent de leur société.

A. Trouvez les verbes au passé composé.

B. Répondez aux questions :

1. Qui dirige l'entreprise ?
2. Quel est le nombre d'employés de l'entreprise ?
3. Où est située l'entreprise ?
4. Quelle est l'activité de l'entreprise ?

1. Mon père a créé l'entreprise de fabrication de meubles en 1980. Et puis, j'ai développé la société avec mon mari. Nous distribuons des meubles dans 300 boutiques implantées en Europe et surtout en Allemagne. Nous avons rejoint le groupe Mobuiso, en 2004, leader des meubles, mais je dirige l'entreprise.

2. Notre société a été créée en 1995. Elle compte 920 personnes et notre chiffre d'affaires a augmenté de 15 %. Elle est passé de 90 millions d'euros à 103 millions d'euros.

3. Je suis née en Côte d'Ivoire. J'ai créé ma société de transport à 27 ans. Mon entreprise est implantée en Belgique. Je réalise un chiffre d'affaires de 2,8 millions d'euros et j'emploie quatorze salariés. Mes clients sont des PME situées en France, en Suisse et en Belgique.

4. Notre site Internet commercialise des cadeaux d'entreprise. Nous avons une gamme de 650 produits. Nous avons internationalisé nos achats : 60 % sont faits à l'étranger. 25 % de notre chiffre d'affaires est fait à l'export et nous avons créé 380 emplois.

6. C'est qui « on » ? On = les gens, on = une personne ou on = nous ? Cochez la bonne réponse.

	On = les gens	On = une personne	On = nous
1. On a apporté ce paquet pour vous.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Notre PDG est satisfait parce qu'on a un bon chiffre d'affaires cette année.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. En France, on a droit à cinq semaines de congés payés.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Voici le processus : on trie les lettres et on les met dans des dossiers.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. On doit respecter les règles de sécurité dans les entreprises.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. On va à l'aéroport une heure avant le départ pour faire enregistrer son billet et ses bagages.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. À la douane, on remplit une déclaration.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Imparfait

de l'indicatif se forme à partir du **radical de la 1^{re} personne du pluriel au présent** de l'indicatif + les terminaisons de l'imparfait : **-ais,- ais,- ait, -ions, -iez, -aient.**

Sauf pour le verbe *être* : j'étais

- L'imparfait décrit quelqu'un ou quelque chose.
- Le **passé composé indique les événements.**

Exemple : Il **faisait** beau, je **roulais** sur une départementale, la circulation **était** fluide.

- L'imparfait s'emploie pour décrire des actions et des situations habituelles passées.

Exemple : - Qu'est-ce que vous **faisiez** à Hambourg ?

- J'**étais** stagiaire dans une agence de voyages. Je **travillais** avec un agent de comptoir et nous **allions** dans les filiales. Des employés **expliquaient** leur travail. C'**était** intéressant.

7. Conjuguez les verbes à l'imparfait.

Avant, je (travailler) ... dans un cabinet de consultants. J' (aller) ... dans les entreprises et j' (animer) ... des formations. Je (partir) ... souvent en province. Quand j' (être) ... au bureau, je (préparer) ... mes missions, je (faire) ... des rapports. Je (commencer) ... tôt le matin et je (finir) ... tard le soir et parfois je (retourner) ... au bureau le week-end pour finir des dossiers. J' (avoir) ... aussi souvent des dîners à l'extérieur. Le travail (être) ... très motivant et je (rencontrer) ... beaucoup de personnes intéressantes mais j' (être) ... trop fatigué et je ne (prendre) ... pas le temps de vivre alors ... j'ai changé de métier : aujourd'hui, je suis fleuriste !

Pour donner des indications de temps : **Il y a / En / Depuis / Pendant**

Pour indiquer le moment d'un événement	Pour indiquer une action / situation qui dure
En 2009, j'ai fait un stage. Il y a 4 ans, je suis allé à Madrid.	J'ai fait un stage pendant trois mois. Je suis à ce poste depuis 4 ans / 2012.
Il y a + durée (avec un verbe au passé composé)	Depuis + durée ou moment (avec un verbe au présent)
En + le mois / l'année	Pendant + durée

RESSOURCES HUMAINES

Appel à candidatures

M. Moraud (directeur général) : - Nous sommes réunis pour parler de l'expatriation de notre personnel dans notre nouvelle agence de Singapour. Tout d'abord, nous allons écouter madame Arnoux. Elle va nous expliquer le plan d'action et après, chacun pourra poser ses questions.

Mme Arnoux (directrice des ressources humaines) : - Merci bien. Alors voilà, dès demain nous allons lancer un appel de candidature pour les postes à pourvoir. La semaine prochaine, nous organiserons une réunion d'information pour le personnel, et ensuite, en avril, nous recevrons les candidats au départ pour les entretiens individuels.

Une collaboratrice : - Pardon, vous permettez, je voudrais une précision. Il y a combien de postes ?

Mme Arnoux : - Une vingtaine. Nous vous communiquerons la liste des candidats retenus après les entretiens.

M. Moraud : - Pas d'autres questions ?

Un collaborateur : - Non, c'est clair.

Mme Arnoux : - S'il vous plaît, je peux dire encore une chose ? Juste pour finir. Le personnel touchera une prime d'installation très intéressante. Nous prendrons aussi en charge tous les frais de déménagement, de logement et de scolarité.

M. Moraud : - Parfait, rien à ajouter ?

Mme Arnoux : - Non.

M. Moraud : - Bien, ce sera tout pour aujourd'hui. Je vous remercie.

8. Lisez le dialogue *Appel à candidatures* et complétez la fiche.

<p>Lieu d'expatriation : _____</p> <p>Plan d'action : - _____</p> <p>- _____</p> <p>- _____</p> <p>Nombre de postes proposés : _____</p> <p>Avantages proposés :</p> <p>- _____</p> <p>- _____</p> <p>- _____</p> <p>- _____</p>
--

Pour échanger en réunion :

- **Pour annoncer l'ordre du jour :**

- Nous sommes réunis pour...
- Notre réunion a pour objet / le but de ...

- **Pour donner la parole :**

- Nous allons écouter *madame Arnoux*.
- Chacun pourra poser ses questions / faire ses remarques.
- Chacun pourra donner un avis.
- Pas d'autres questions ? Rien à ajouter ?

- **Pour prendre la parole :**

- Pardon. / Vous permettez ?
- Je voudrais (demander) une précision.

- **Pour garder la parole :**

- S'il vous plaît, je peux dire encore une chose ?
- Juste pour finir.

- **Pour conclure :**

- Ce sera tout pour aujourd'hui. Je vous remercie.

Pour expliquer le déroulement d'un plan d'action / d'une programmation :

D'abord... / En premier lieu... / Premièrement...
Ensuite... / Après... / En deuxième lieu... / Deuxièmement...
Pour finir... / terminer... / conclure... / Enfin... / En conclusion...

9. Lisez les 3 offres d'emploi ci-dessous et complétez une fiche de synthèse pour chaque annonce.

Annonce N°...

Activité de l'entreprise : _____

Le poste : _____ La situation géographique : _____

Les activités : _____ Le salaire : _____

Le profit du candidat : _____

La formation : _____ Les qualités demandées : _____

Le contact : _____

Offre d'emploi

<p style="text-align: right;">83 – Var</p> <p>Hôtel du Castellet**** recrute en réception H/F</p> <p>Hôtel du Castellet</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Description du poste :</p> <p>L'Hôtel du Castellet*****, Relais Châteaux recherche pour Février 2015 réceptionnistes tournants, night auditor passionné(e) par l'Hôtellerie et de la Restauration, vous avez une expérience similaire et parlez anglais. Envoyez CV+Lettre à rh@hotelducastellet.com</p> <p>Contact :</p> <p>Hôtel du Castellet - -</p> <p>Pour postuler : http://relais.contactrh.com/jobs/3087/8058650</p>	<p style="color: #c00000;">Commemploi</p> <p>Nous sommes une société spécialisée dans la vente de produits haut de gamme pour les arts de la table et nous recrutons :</p> <p style="text-align: center;">un responsable commercial export H/F en CDI</p> <p>Vous avez une formation commerciale supérieure et vous êtes expérimenté(e) dans la vente. Vous maîtrisez parfaitement les techniques de vente. Vous avez l'esprit d'équipe. Vous êtes disponible pour les déplacements à l'étranger. Vous parlez couramment l'anglais et une autre langue étrangère.</p> <p>Votre mission : développer notre chiffre d'affaires, négocier les contrats et animer une équipe de commerciaux. Le poste est basé à Limoges, siège de notre entreprise. Le salaire est évolutif (fixe + primes) + frais + téléphone portable. Contact : BOVERRE RH, Michel Frias, 59 avenue Foucaud, 87000 Limoges ou par courriel mfias@boverre.fr</p>
1	2

Rechercher parmi les 12 003 offres d'emploi

Détail de l'annonce

Postuler à l'offre

Assistant(e) de direction H/F

Groupe international dans le domaine du tourisme recrute un(e) assistant(e) de direction bilingue pour sa filiale située en Belgique.

Poste :

Vous êtes rattaché(e) au directeur général. Vous assurez la réception, le suivi et les envois de courrier, vous organisez les agendas et les déplacements du directeur général, vous rédigez les comptes rendus de réunion, vous traitez les appels téléphoniques.

Profil :

De formation Bac + 2, vous avez une expérience professionnelle de 3 ans minimum. Vous êtes autonome. Vous avez des capacités d'organisation et le sens de la communication. Vous êtes à l'aise avec les outils informatiques. Vous parlez parfaitement anglais.

3

Adresser CV + lettre de motivation + prétentions sous réf ASSISTDIR
Étincelles, 12 boulevard du Québec, 45000 Orléans, courriel : ndenis@cge.com

PRINCIPES GÉNÉRAUX DU CURRICULUM VITAE

Le CV c'est votre vie résumée en une page... votre premier pas dans le monde professionnel. Il doit détailler votre parcours tant au niveau des études que de vos diverses expériences révélatrices de votre personnalité. Avec celui-ci, vous devez faire comprendre qui vous êtes et pourquoi vous serez adapté au poste pour lequel vous postulez. Grâce à votre CV, on peut aussi apprécier votre esprit de synthèse et votre discernement. Attention, votre CV est complémentaire de votre lettre de motivation : le CV est factuel et synthétise votre parcours, il n'est pas nécessaire de trop en mettre sur chaque expérience ou diplôme, la lettre de motivation pourra prendre le relais et mettre en valeur certains aspects importants pour votre candidature.

Les rubriques obligatoires du CV

Formation et expérience professionnelle

Référence indiscutable, une formation ou une expérience renseigne le recruteur sur votre environnement de développement de compétences. Un recruteur cherche avant tout des compétences chez un candidat, les diplômes ou expériences donnent un cadre à celles-ci. La rédaction de ces deux rubriques est chronologique. Les dernières expériences, ou études, doivent être les premières à apparaître. Le recruteur connaît tout de suite vos derniers emplois, ou diplômes, et c'est ce qui l'intéresse le plus.

Pour les rédiger, vous devez tout d'abord faire un bilan de vos diplômes et formations complémentaires, ainsi que de vos expériences professionnelles. Vous allez ensuite faire un tri pour éliminer les expériences qui sont sans aucun rapport avec votre futur emploi, qui alourdisse votre CV ou rendent incompréhensible votre projet de carrière. Un recruteur aime pouvoir discerner selon vos expériences dans quel type de carrières vous vous dirigez. Indiquez le nom de l'entreprise, le nom du poste occupé, la durée de l'expérience, les missions effectuées, et si possible les résultats obtenus pour chacune des missions !

Les personnes ont le plus souvent des profils polyvalents ou des parcours professionnels doubles. Il ne s'agit pas d'un manque de cohérence mais, au contraire, elle dénote d'un certain esprit d'initiative et d'adaptation, qualités qui sont très appréciées dans notre monde où les repères changent si souvent.

Langues étrangères

Anglais, espagnol, italien, portugais, polonais ? Indiquez les langues que vous avez pu apprendre. Indiquez aussi les séjours ou années passées à l'étranger (pas vos vacances). Ensuite jugez votre niveau entre bilingue et notions ou entre lu écrit ou parlé pour être moins nuancé... Attention certains recruteurs peuvent imposer une partie d'un entretien d'embauche dans une langue étrangère pour essayer de juger plus concrètement votre niveau.

Connaissance informatique

Il est devenu incontournable de posséder la maîtrise de un ou plusieurs logiciel(s). Citez les un par un : Excel, Word, Power Point, Photoshop, SPSS. Vous pouvez aussi ajouter "maîtrise d'Internet"... internet étant maintenant devenu un outil professionnel.

Divers

Dans cette rubrique, vous placerez tout ce qui permettra au recruteur de mieux vous connaître non professionnellement parlant. Rédiger cette partie en axant tout de même votre contenu vers des compétences nécessaire en entreprise : les échecs montreront que vous êtes concentré et studieux ? Le football que vous aimez le travail d'équipe ? Bref activités sportives ou associatives, le permis B, la lecture... mais pas le thé avec votre grand-mère le dimanche ou votre collection de pin's.

La structure de la page

En haut à gauche, on doit trouver vos prénom, nom, et coordonnées, votre statut marital ou militaire... à droite votre photo (très apprécié par les recruteurs). Attention mieux aucune photo qu'une photo de vacances recoupée !!! N'utilisez que des photos matons ou photos professionnelles. En 2 secondes vous pourriez tout gâcher par une mauvaise impression visuelle !

En ce qui concerne le titre, ou non, du CV (par exemple : "chef de projet internet" ou "Graphiste PAO"), c'est surtout une question d'appréciation personnelle. Il vaut mieux ne pas en mettre plutôt qu'un qui soit maladroit, inadapté ou qui vous cloisonne trop dans une mission.

10. Rédiger un C.V. Indiquez, pour chacune de ces phrases d'un C.V., la section à laquelle elle appartient :

- état civil
- expérience professionnelle
- formation
- langues étrangères
- centres d'intérêt

1. Espagnol lu et parlé.
2. Plusieurs voyages en Asie au cours de ces dernières années.
3. Née à Modane, le 11 juin 1972.
4. 1992-93 : stage à la société Database, Milan (Italie).
5. Théâtre, cinéma, lecture.

6. Marié, un enfant.

7. 1991-92 : Licence en droit, faculté de Droit, Assas, Paris.

11. Complétez les rubriques du CV ci-dessous avec les titres : Formation – Langues étrangères et informatique – Centres d'intérêt – Compétences – Expérience professionnelle.

Véronica Realdi - 30 ans

35 avenue Jules Verger

35000 Saint-Malo

Tél. : 06 24 32 56 87

Courriel : vrealdi@netcourrier.com

POSTE DE RESPONSABLE COMMERCIALE

Spécialisation vente et e-marketing

.....
Marketing et e-marketing ; rédaction de courriels commerciaux, suivi des avis consommateurs.

Vente : développement des vente en ligne + 15 % sur un an.

.....
*Depuis octobre 2011 : **Responsable marketing Internet** chez Bleuvoyage*

Communication via Internet et développement des ventes en ligne

*De juillet 2009 à septembre 2011 : **Attachée commerciale** chez Logotex*

Prospection clients

Réalisation d'études de marché

*De juillet à décembre 2007 : **Chargée d'études stagiaire** à la Chambre de commerce franco-espagnole de Madrid*

Organisation des actions de promotion pour les entreprises françaises

.....
Anglais courant

Espagnol : pratique de la langue commerciale (séjour professionnel de 6 mois en Espagne)

Bonne maîtrise du pack Office

.....
2008 : diplôme de l'École Supérieure de Commerce de Nantes

2003 : Baccalauréat S mention bien

.....
Pratique du basket-ball en club, compétitions régionales

Présidence des anciens élèves de l'École Supérieure de Commerce de Nantes

12. Associez les deux colonnes. Mettez le CV d'Hélène dans le bon ordre.

Propositions	Réponses
<ul style="list-style-type: none"> • 1) Prénom et nom • 2) Adresse • 3) Téléphone • 4) E-mail • 5) Formation • 6) Expérience professionnelle • 7) Langues • 8) Informatique • 9) Centres d'intérêt • 10) Loisirs 	<ul style="list-style-type: none"> a) helene_dubois@gmail.com b) français, anglais, italien c) 33 (0)4 97 03 07 00 d) Hélène Dubois e) Géographie, voyages, tourisme f) Photographie, voyage, musique, cyclisme, informatique, dessin 3D g) 47, rue Hérold 06000 Nice, France h) IEP de Paris Master Affaires Internationales i) Analyste au poste d'attaché de défense de l'ambassade de France (Cambodge) j) Windows, OS X, Office, Internet : maîtrisés

13. Lisez l'annonce suivante. Votre ami cherche du travail et son profil correspond à l'annonce. Écrivez -lui le courriel décrivant le poste proposé dans l'annonce en utilisant les expressions *être responsable de .../ être chargé de...*

Best Western Plus Hôtel Isidore Rennes recherche pour apporter un support au Directeur d'Hôtel dans la mise en œuvre de la stratégie commerciale Attaché (e) Commercial (e)	
<p><i>Votre mission :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - lancer la mise en œuvre du plan d'actions commerciales 20...; - développer un fichier de prospect en vue de concrétiser des contrats hébergement et restauration ; - optimiser des outils de commercialisation et des supports de vent ; - assurer le suivi et mesurer le retour sur investissement de toutes démarches commerciale ; - répondre aux objectifs d'accroissement de taux d'occupation, de prix moyen et de rentabilité de l'hôtel ainsi que du restaurant. 	<p><i>Votre profil :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - diplômé(e) d'une école supérieure de commerce ; - sens du contact, autonomie, disponibilité ; - 3 ans d'expérience en commercialisation de produit hôtelier , connaissance du marché français ; - bonne maîtrise d'Excel et de la langue anglaise. <p>Poste basé à l'hôtel, nécessitant d'être motorisé et mobile sur Rennes et sa métropole.</p>
<p>Envoyer CV + lettre de motivation par mail à M. OUJDI : a.oujdi@hotels-meraude.com</p>	

LA LETTRE DE MOTIVATION

Comment rédiger une lettre de motivation ?

Vous devez premièrement indiquer, dans l'en-tête de votre page, vos coordonnées (en haut à gauche), celles du destinataire (à droite en dessous de la date) ainsi que la date du jour (en haut à droite).

Une lettre de motivation comprend 3 paragraphes :

Dans *le premier paragraphe*, précisez les raisons de votre candidature, les motifs qui vous ont poussés à postuler tout en montrant que vous connaissez l'entreprise. Ces quelques phrases d'introduction doivent faire bonne impression et capter l'intérêt de l'employeur.

Dans *le deuxième paragraphe* essayez de mettre en rapport vos expériences passées avec les responsabilités qui pourraient éventuellement vous être confiées dans le poste visé. Essayez de faire ressortir l'intérêt que vous portez à l'entreprise et à son secteur d'activité.

Dans *le troisième et dernier paragraphe*, faites ressortir vos motivations personnelles et vos atouts afin de donner envie au recruteur de vous rencontrer. Vous pouvez convenir d'une date pour contacter l'entreprise et fixer un rendez-vous.

Terminez votre lettre de motivation par une formule de politesse standard suivie de votre signature.

Formules de politesse types :

« *Je vous prie d'accepter, Madame, Monsieur, l'expression de mes salutations distinguées.* »

« *Je vous prie d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mes sentiments distingués.* »

« *Je vous prie de croire, Madame, Monsieur, en ma considération distinguée.* »

Exemple d'une lettre de motivation type

NOM Prénom
Adresse postale
Téléphone Mobile / Fixe
Adresse-Email@yahoo.fr

Nom de l'Entreprise destinataire
Nom du recruteur destinataire
Poste du recruteur destinataire
Adresse postale de l'entreprise

Paris (ville), le "date"

Objet : candidature au poste « intitulé du poste ».

Madame, Monsieur,

Après une expérience dans le domaine...précisez ici le domaine de vos précédentes expériences (job, stage ou emploi) en étant synthétique et bref (il s'agit des premières lignes de texte de votre lettre : il faut accrocher le lecteur pour qu'il soit tenté de lire la suite)

... je recherche un poste en... mettre ici le nom du poste recherché / secteur activité visé ainsi je me permets de vous adresser ma candidature au poste de

Ma formation et mes expériences professionnelles m'ont permis... détaillez ici les expériences ou les compétences qui vous concernent, que vous avez déjà présentées rapidement dans votre CV... Mais ne détaillez ici que une ou deux expériences ou compétences en relation directe avec le poste qui intéresseront le recruteur.

Intégrer la société XYZ au poste de... m'attire tout particulièrement pour... reprendre les missions de l'offre d'emploi et argumenter pourquoi celles-ci vous attirent et quels points forts de votre candidature vous permettront de réussir dans ces missions et donc dans ce poste.

Je me tiens à votre entière disposition pour tous renseignements complémentaires. Je vous prie, Madame, Monsieur, d'agréer l'expression de mes respectueuses salutations.

Prénom NOM

ENTRETIEN D'EMBOCHE

Entretien d'embauche : déroulement de l'entretien

Un premier entretien d'embauche dure entre 30 minutes et une heure, il est souvent composé de 5 étapes classiques décrites ici. L'entretien peut être suivi de plusieurs autres (avec un autre responsable, ou membre de l'équipe...). L'entretien d'embauche a lieu dans un bureau, sur le lieu de travail de l'employeur, ou au sein d'un cabinet de recrutement.

Voici le déroulement général d'un entretien d'embauche afin de vous aider à arriver le plus zen possible à ce premier rendez-vous ou chaque étape est importante à anticiper pour éviter des mauvaises surprises.

0. Votre arrivée

Vous arrivez avec 2 minutes d'avance à l'accueil de l'entreprise en vous présentant à l'hôtesse ou hôte d'accueil, et en précisant que vous avez rendez-vous avec...(pas besoin de préciser l'objet du rendez-vous) - Conservez sur vous le numéro de téléphone et le nom de la personne que vous allez rencontrer pour le prévenir par téléphone si jamais vous êtes en retard (si vous avez du mal à trouver etc)...

1. L'entretien démarre : vous vous présentez.

Le recruteur vous donne généralement la parole dans un premier temps pour vous présenter : reprenez les grands points de votre CV et les raisons qui vous ont amené à postuler pour ce job. Vous devez vous entraîner à l'avance à cet exercice de monologue : préparez vous avec un ami à parler de vous, de votre parcours, de vos envies et passions pour votre domaine de compétence.

2. Le recruteur pose ensuite des questions pour obtenir des précisions sur vous-même et votre parcours, notamment : votre formation, votre expérience, votre projet professionnel, la raison de votre candidature. il peut vous poser des questions précises sur une mission en particulier (responsabilités, résultats obtenus...).

3. Le recruteur présente le poste et l'entreprise en précisant : les aptitudes et compétences nécessaires à cet emploi, les missions spécifiques de ce poste, les attentes (objectifs) de ce poste, le secteur d'activité, l'entreprise en elle-même (organisation, culture d'entreprise, valeurs).

Posez des questions afin de ne laisser aucune zone d'ombre : responsabilités, effectifs, hiérarchie, concurrents, organisation de l'entreprise...

4. Le recruteur peut souhaiter vous poser des questions plus personnelles sur votre personnalité, vos motivations, vos précédentes expériences, vos prétentions

salariales, le déroulement de votre recherche d'emploi (avez-vous d'autres pistes ? Si oui où...).

5. A vous de poser les questions ! Le salaire si il n'a pas été évoqué avant, conditions de travail... Ne posez pas de question sans intérêt comme « les vacances, donnez-vous des tickets restaurants » ou « quel est le prix du café à la machine à café? » vous décrédibiliseriez votre candidature.

L'ordre de ces étapes n'est pas obligatoire, l'entretien d'embauche peut par exemple commencer par une présentation de l'entreprise et du poste par le recruteur.

D'autres entretiens pourront suivre. Souvent vous rencontrerez le DRH (directeur des ressources humaines) puis les responsables de services "opérationnels".

Questions types posé par le recruteur

- Pouvez-vous vous présenter ?
- Pourquoi avez-vous choisi cette formation ?
- Quels sont vos points forts et vos points faibles ?
- Que savez-vous de notre entreprise ?
- Pourquoi voulez-vous travailler pour cette entreprise ?
- Que pensez-vous de votre précédent employeur ?
- Pourquoi avez-vous quitté votre emploi précédent ?
- Qu'est-ce que vous aimez dans le travail en groupe ?
- Pouvez-vous me parler de votre plus bel accomplissement professionnel ?
- Quel a été votre plus gros challenge professionnel ?
- Quel intérêt aurions-nous à vous embaucher ?
- Comment voyez-vous votre évolution ?
- Quelles sont vos prétentions en matière de rémunération ?

14. Réussir un entretien d'embauche. Reconstituez le dialogue en associant une question de la première ligne à la réponse correspondante de la deuxième ligne.

1. - Qu'est-ce que vous pouvez nous dire à propos de votre dernier travail ?

.. - _____

2. - Quel poste occupiez-vous ?

.. - _____

3. - Pourriez-vous nous donner un exemple ?

.. - _____

4. - Pour finir, y a-t-il quelques questions que vous aimeriez nous poser à propos du poste à pourvoir dans notre entreprise ?

.. - _____

A. - *Quel type de contrat offrez-vous ?*

B. - *Mes tâches étaient variées : je suivais les dossiers des clients, j'organisais les réunions et j'effectuais le travail de secrétariat.*

C. - *Oui, quand mon supérieur était absent, je m'occupais des relations avec la clientèle.*

D. - *J'étais l'assistante du responsable de la section commerciale et j'occupais un poste à grandes responsabilités.*

15. Complétez les trous contenus dans le texte.

LA QUALITÉ DE LA PRÉSENTATION PERSONNELLE

I) Pourquoi soigner sa présentation personnelle.

Lors d'un entretien d'embauche, comme dans toute communication en situation de face à face, vous vous manifesterez d'abord par votre .

L'image que vous donnerez de vous-même au recruteur lui permettra de se faire une première de vous, et la communication se fera à partir de cette première .

Autrement dit, avant même que vous n'échangiez des avec le recruteur, ce dernier sera influencé par votre présentation et votre (démarche, allure, attitude, gestuelle, sourire, regard, etc.) et il portera sur vous, même de façon inconsciente, un premier .

C'est dire l'importance que vous devez attacher à votre présentation personnelle le jour de votre entretien d'embauche.

II) Comment soigner sa présentation personnelle.

La règle à appliquer dans ce comportement est d'adapter votre style à l' et au à pourvoir tout en restant en accord avec vous-même.

1) Soigner sa présentation vestimentaire.

Le choix des vêtements, leur matière, leur forme, leur longueur, leur couleur contribueront à donner une bonne ou une mauvaise de vous.

Ils témoigneront de votre envie, d'être dans la ou à la mode, en harmonie avec votre environnement ou au contraire en opposition avec lui.

La tenue vestimentaire étant très importante voire décisive lors d'un entretien d'embauche, choisissez des vêtements en adéquation avec la culture de l'entreprise, si vous la connaissez, à défaut il est préférable de respecter les conseils suivants :

- Choisissez une tenue classique : , chemisier et foulard pour les femmes, , chemise et cravate pour les hommes ;
- Ne portez rien d'excentrique ou de provocant ;
- Portez des propres et cirées ;
- Adoptez un parfum et un maquillage discrets ;
- Veillez à ce que vos et vos ongles soient propres et vos coiffés correctement.

2) Contrôler son comportement.

Votre allure générale et vos attitudes contribueront également à donner une bonne ou une mauvaise image de vous. Aussi, vous devez les contrôler en permanence.

Efforcez-vous d'avoir :

- Un ouvert et souriant ;
- Un franc et direct ;
- Une dynamique ou légère ;
- Des ouverts et souples.

Bibliographie.

1. S.Corbeau, Ch.Dubois, J.-L. Penfornis, L.Semichon. Hotellerie-restauration.com – Clé International/SEJER, 2013.
2. S.Corbeau, Ch.Dubois, J.-L. Penfornis. Tourisme.com – Clé International/SEJER, 2013.
3. O.Ch.Chiari, S.Corbeau, Ch.Dubois. Les métiers du tourisme. Cours de français. – Hachette F.L.E., 2007.
4. C.Miquel. Communication progressive du Français. – Clé International/SEJER, 2004.
5. M.Grégoire, O.Thiévenaz. Grammaire progressive du français. – Clé International, 2008.
6. J.-L.Penfornis. Français.com.- Clé International, 2010.
7. J.Girardet, J.Pécheur. ÉCHO 2. Méthode de français. - Clé International/Sejer, Paris, 2008.
8. S.Poisson-Quinton, M.Mahéo-Le Coadic, A.Vergne-Sirieys. Festival 2. Méthode de français. - Clé International/Sejer, 2008.
9. H.Renner, U.Renner, G.Tempesta. Le français du tourisme. - Clé International/VUEF, 2008.
- 10.N.Mauchamp. Les Français. Mentalités et comportements. - Clé International/VUEF, 2001.
- 11.H.Augé, M.D.Cañada Pujols, C.Marlhens, L.Martin. Tout va bien 2. Méthode de français. - Clé International, Paris, 2008.
12. C.Carlo, M.Causa. Civilisation progressive du français. Niveau intermédiaire. – Clé International, 2010.
13. O.Grand-Clément. Civilisation en dialogues. Niveau intermédiaire. – Clé International, 2008.
14. E.Siréjols. Vocabulaire en dialogues. – Clé International, 2008.
- 15.C.Brillant, V.Bazou, R.Racine, J.-C.Schenker. Le Nouvel Édito, B2. – Didier, 2011.
16. В.Н.Бурчинский. Деловое и повседневное общение. Правила поведения во Франции. – М., Восток-Запад, 2006.
17. D. Abry. Le français sur objectifs spécifiques et la classe de langue. – Clé Int., 2007.
18. M.-L.Parizet, E.Grandet, M.Corsain. Activités pour le CECR, A1, A2. – Clé International, 2008.
19. France, La documentation française, Ministère des Affaires étrangères, 2014.
- 20.Le français dans le monde, Revue de la FIPF, 2004 – 2014.
- 21.Direction générale pour l'enseignement supérieur et l'insertion professionnelle. Brevet de technicien supérieur. 2014.

Навчальне видання

HÔTELLERIE ET RESTAURATION.

Збірник текстів і завдань з дисципліни
«Друга іноземна мова» (французька мова)
для організації практичної роботи
студентів 3 курсу денної форми навчання
за напрямом підготовки «Готельно-ресторанна справа».

Укладач **ЮР'ЄВА** Наталія Прохорівна

Відповідальний за випуск: *О. Л. Ільєнко*

За авторською редакцією

Комп'ютерний набір і верстання *Н.П. Юр'єва*

План 2014, поз. 430М

Підп. до друку 2.12.2014
Друк на ризографі.
Зам. №

Формат 60 x 84 1/16
Ум. друк. Арк. 6,0
Тираж 50 пр.

Видавець і виготовлювач:
Харківський національний університет
міського господарства імені О.М.Бекетова
вул. Революції, 12, Харків, 61002
Електронна адреса: rectorat@kname.edu.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:
ДК № 4064 від 12.05.2011