



BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA
FACULTAD DE LENGUAS

LICENCIATURA EN ENSEÑANZA DEL FRANCÉS

**ÉTUDE COMPARATIVE ENTRE LES MANUELS DIDACTIQUES
D'HOTELLERIE ET RESTAURATION EN FRANCE LANGUE
ETRANGERE.**

T E S I S

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN ENSEÑANZA DEL FRANCÉS.

PRESENTA:

VICTORIA CÓRDOVA CASTILLO

DIRECTORA DE TESIS:

MTRA. MÓNICA ZAMORA HERNÁNDEZ

PUEBLA, PUE A 29 DE OCTUBRE DE 2020.

Contenu

Problématique	3
Justification.....	5
Hypothèse	5
Objective général	6
Objectives spécifiques	6
Concepts	7
Questions de recherche	9
Importance de cette étude.....	9
Contenu.....	10
Méthodologie.....	11
Chapitre II : Le Cadre théorique	12
2.1 Interaction Communicative : Christophe Puren.....	13
2.1 Perspective actionnelle.....	17
2.1.1 Référentiel pour le Cadre Européen Commun A2	21
2.1.2 Compétence à communiquer langagièremment	24
2.2 Français Langue Étrangère	32
2.2.1 Français sur Objectif Spécifiques (FOS)	36
2.2.1.1 Méthodes didactiques spécialisés.....	41
2.3 Manuels : « Le Français du Tourisme » et « Hôtellerie-Restoration.com » ...	45
Chapitre III : Le Cadre méthodologique	53
3.1 Type d'étude.....	54
3.2 Sujets	55
3.3 Instrument de recherche.....	57
Chapitre IV : L'analyse des manuelles didactiques.	62
4.1 Analyse comparatif des Manuels de Hôtellerie et restauration : « Le Français du Tourisme » et « Hôtellerie-Restoration.com »	63
4.2 Résultats : des enquêtes.....	67
Conclusions.....	72
Annexes	74
Référencias	90

Étude comparative entre les manuels didactiques d'hôtellerie et restauration en France langue étrangère.

Problématique

Le français langue étrangère (FLE) dans le contexte de l'hôtellerie et la restauration est devenu indispensable à la ville de Puebla. Cette langue étrangère représentant un accès aux divers services touristiques, de même on permet d'avoir une communication efficace chez les clients et les touristes.

Un facteur favorable pour la sélection d'une destination touristique, c'est la position de préférence annoncée par le classement Mondial du Tourisme International, créé par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), où le Mexique se situe en huitième position, le Canada et la France en deuxième et en septième lieu respectivement. Pour la catégorie « ville touristique intérieur », la ville de Puebla occupe le premier lieu de préférence et par conséquent une meilleure affluence pour la visiter. (UNIÓN, 2018)

L'agglomération et la concurrence de touristes arrivés des pays francophones, on a comme résultat l'amélioration de services touristiques et de la communication efficace. Alors, le besoin pour apprendre le français langue étrangère est arrivé à être une utilité pour le domaine du tourisme.

Ainsi, devant le contexte social présenté, les étudiants diplômés devront répondre de manière efficace. Pour cela il existe des manuels spécialisés dans le domaine de l'hôtellerie et la restauration où le vocabulaire, l'aspect culturel, l'interaction sociale et de communication sont travaillés pour le développement du français langue étrangère spécialisé.

En conséquence, cette recherche on a comme première question à répondre :
Quelles interactions communicatives sont-elles nécessaires pour avoir une communication efficace en français langue étrangère dans le domaine de l'hôtellerie et la restauration ?

Justification

L'importance sociale de la recherche, est celle de faire connaître la nécessité des personnes non francophones dans un hôtel ou/et un restaurant mais capables de communiquer en français langue étrangère.

Les bénéfices de compétence communicative apportés par la recherche seront générés par l'analyse des interactions présentées dans les contenus des méthodes didactiques spécialisés afin d'obtenir un vocabulaire efficace en Français langue étrangère.

Il est important de souligner que lors de l'élaboration de ce travail de recherche, nous nous appuyerons dans les méthodes « Le Français du Tourisme » et « Hôtellerie-Restaurant.com » pour comparer les contenus des interactions communicatives.

Hypothèse

Les contenus des interactions communicatives dans les méthodes « Le Français du Tourisme » et « Hôtellerie-Restaurant.com » sont efficaces pour développer une communication de basse (A2) en français langue étrangère.

Objective général

Comparer les contenus des interactions communicatives dans les méthodes « Le Français du Tourisme » et « Hôtellerie-Restauration.com » pour déterminer quelles sont les plus efficaces pour développer le français langue étrangère au niveau A2.

Objectives spécifiques

1. Théoriser le processus de l'interaction communicative
2. Délimiter les besoins d'interaction communicative dans le domaine de l'hôtellerie et la restauration dans l'hôtel Real de Naturales.
3. Analyser les contenus des interactions communicatives dans les méthodes « Le Français du Tourisme » et « Hôtellerie-Restauration.com ».

Concepts

- **Français langue étrangère (FLE)** : concerne l'enseignement et l'apprentissage du français à des personnes dont la langue maternelle n'est pas le français, et qui ne sont pas en contact direct avec un environnement extérieur francophone (région francophone, pays francophone). (Torresan-Good, 11)
- **Interaction communicative** : Le concept de communication est polysémique car il englobe différentes significations. D'une part, c'est un phénomène qui se réfère à l'interaction par le quels êtres vivants s'adaptent à l'environnement. D'un autre côté, il a été compris comme propre système de transmission de messages ou d'informations entre personnes. Et de même, cela inclut tout ce qui touche aux médias. (Rizo, 2007)
- **Compétence communicative** : Terme utilisé par la sociolinguistique pour désigner les connaissances et les compétences nécessaires pour qu'un individu utilise tous les systèmes de signes de sa communauté socioculturelle. Il traite de la connaissance des règles psychologiques, culturelles, sociales et linguistiques qui régissent leur culture. Il inclut la compétence linguistique dans la mesure où il s'agit de la connaissance du lexique et des règles combinatoires d'une langue, mais elle va au-delà en termes de connaissance de l'usage approprié du langage dans différentes

circonstances. Elle inclut la compétence textuelle et la compétence discursive, mais elle les dépasse car la communication inclut la connaissance des structures textuelles et la sélection du discours approprié pour la situation communicative. (Marín, 1997)

- **Méthode didactique :** Les manuels et leur mode d'emploi, ainsi que les cahiers d'exercices et de travaux pratiques qui les complètent ou les ensembles de fiches qui s'y substituent, régulièrement utilisés dans le cadre de l'enseignement primaire, secondaire et préparatoire aux grandes écoles, ainsi que des formations au brevet de technicien supérieur, et conçus pour répondre à un programme préalablement défini ou agréé par les ministres concernés. La classe ou le niveau d'enseignement doit être imprimé sur la couverture ou la page de titre de l'ouvrage. (Statut scolaire, 2004)

Questions de recherche

1. À quoi consiste la théorie de l'interaction communicative ?
2. Quelles sont-elles les besoins d'interaction communicative dans le domaine de l'hôtellerie et la restauration dans l'hôtel « Real de Naturales » ?
3. Quelles situations d'interaction communicative dans les méthodes « Le Français du Tourisme » et « Hôtellerie-Restauration.com » sont efficaces pour avoir une communication de basse (A2) en français langue étrangère ?

Importance de cette étude.

L'importance de cette étude est la réalisation d'une analyse de comparaison des méthodes existants dans le domaine de l'hôtellerie et la restauration pour développer une interaction communicative de basse entre les personnes hispanophones et francophones afin de répondre aux besoins de communication touristique.

Contenu

Ce mémoire sera organisé en quatre parties, lesquelles aura la structure suivante : la deuxième partie présentera la description de la théorie de l'interaction communicative, la compétence communicative et les analyse et propositions théoriques déroulées par Christopher Puren.

Le chapitre III abordera le type d'étude, seront présentés les collaborateurs et l'instrument de recherche qui permettra d'obtenir les interactions communicatives sera présenté.

Les résultats de ce mémoire seront présentés dans la quatrième partie où les questions de recherche sont traitées sur la base des réponses des besoins, données par les travailleurs de l'hôtel « Real de Naturales » aux questions de l'entrevue, et les résultats sont également mis en rapport avec l'arrière-plan.

Méthodologie

Pour la méthodologie, cette recherche se divisera en trois parties. Dans la première partie, on appliquera des questionnaires aux travailleurs de l'hôtel « Real de Naturales » pour identifier les besoins des interactions communicatives de basse pour l'hôtellerie et la restauration.

Dans la deuxième partie, on déterminera les interactions communicatives proposées par les méthodes didactiques dans le domaine de l'hôtellerie et la restauration.

Finalement, dans la troisième partie on réalisera la comparaison entre les besoins réels des travailleurs par rapport aux interactions communicatives et les interactions proposées dans les méthodes didactiques pour l'hôtellerie et la restauration.

Chapitre II : Le Cadre théorique

Dans ce deuxième chapitre, on parlera sur l'importance de l'interaction communication, la compétence communicative et l'interaction communicative Aussi, on parlera sur le français langue étrangère, les méthodes didactiques spécialisés et les plus importantes les méthodes de l'hôtellerie et restauration.

L'être humain est une entité sociale pour nature, car, il ne peut pas survivre seul ni sans communication. Selon Martin Serrano « science de la communication et tout ce qui a pour objet l'analyse des interactions dans lesquelles il y a recours à des actes d'expression. » C'est-à-dire, la communication est la science qui étudie tout le procès dans laquelle se réalise toute la socialisation humaine.

Du 20^{ème} siècle jusqu'à l'actualité, il y a différents modelés qui essaie explique la communication humaine de point de vue scientifique, lesquels sont: linéaire, circulaire et réticulaire. L'interaction communicative se trouve dans le réticulaire.

2.1 Interaction Communicative : Christophe Puren.

L'approche communicative mentionne que l'objectif social de référence était de former les apprenants à communiquer en société en langue étrangère, et que son moyen privilégié était identique. Dans l'approche communicative est importante l'environnement dans lequel ses concepteurs considèrent que son objectives doit être atteint, sa situation sociale de référence. La même pressent quatre caractéristiques fondamentales qui sont : Inchoativité, la brièveté, l'autosuffisance et l'individualité.

- **L'inchoativité** : s'agit de contacts initiaux du point de vue de l'échange langagier : dans les dialogues des manuels communicativistes. L'idée principal de l'approche communicative est préparée aux apprenants de la vie quotidienne, parce que la plupart des conversations se font avec des gens que l'on connaît bien.

La culture ne s'enseignement ni d'apprentissage, dans l'approche interculturelle qui la culturel de l'approche communicative seulement s'initiation ou découverte. (Puren, 2009)

- **La brièveté** : le temps des dialogues des manuels communicatifs c'est un temps court et dense, et l'activité en terme de traitement de l'information se réduit généralement dans les exercices communicatifs à un échange d'information comme d'autant plus efficace qu'il aura été plus rapide. On

connaît l'importance des actes de parole dans la grammaire de référence de l'approche communicative.

- **L'autosuffisance** : Les dialogues des manuels communicativistes soient en général clos, fermés sur eux-mêmes, parce que la rencontre touristique est une rencontre première, brève et unique. Les dialogues sont similaires, les mêmes choses dans un même lieu et dans un même temps déterminé, c'est à dire, l'unité de communication, en effet y concentre les mêmes différentes unités, celles de temps, de lieu, de personnages et d'action.
- **L'individualité** : La caractéristique de l'ensemble social de référence dans l'approche communicative qui es situation plus objectif, chaque individu transmettre les idées qui a bonsoir de communiquer, laquelle sont différentes autres personnes.

Pour autre partie, les auteurs du Cadre Européen Commun de Référence présentent la même idée seulement en deux point de vue.

- La part de la société multiculturelle et multilingue est importante et le principal facteur que les élèves à être capable de cohabiter en permanence, raison pour laquelle la compétence plurilingue, c'est nécessaire définir comme la capacité d'acteurs sociaux à gérer les situations où dans leur langue et culture premières sont au cours du processus de socialisation exposés à

différentes variétés linguistiques et a la différenciation culturelle interne a toute société complexe. Suivant la trajectoire professionnelle de l'acteur social considéré, son histoire familiale, ses voyages, ses lectures et ses loisirs, des modifications sensibles viennent affecter sa biographie linguistique et culturelle, modifier les formes de déséquilibre de son plurilinguisme, rendre plus complexe son expérience de la pluralité des cultures.

- Le rôle du Cadre commun à des niveaux avancés de l'apprentissage des langues, il convient de prendre en compte l'évolution des besoins des apprenants et du contexte dans lequel ils vivent, étudient et travaillent.

Par domaine on convient de désigner de grands secteurs de la vie sociale où se réalisent les interventions des acteurs sociaux. Au niveau le plus général, on s'en tient à des catégorisations majeures intéressant l'enseignement/-apprentissage des langues : domaine éducationnel, domaine professionnel, domaine public, domaine personnel.

Un cadre de référence doit se situer par rapport à une représentation d'ensemble très générale de l'usage et de l'apprentissage des langues. La perspective privilégiée ici est, très généralement aussi, de type actionnel en ce qu'elle considère avant tout l'usager et l'apprenant d'une langue comme des acteurs sociaux ayant à accomplir des tâches qui ne sont pas seulement langagières dans des circonstances et un environnement donné, à l'intérieur d'un domaine d'action particulier. Si les actes de parole se réalisent dans des activités langagières, celles-ci s'inscrivent

elles-mêmes à l'intérieur d'actions en contexte social qui seules leur donnent leur pleine signification. (Puren, 2009)

2.1 Perspective actionnelle.

La méthodologie de la perspective actionnelle est considérée pour l'usager et l'apprenant d'une langue comme des acteurs sociaux qui devraient accomplir des tâches, laquelle ne sont pas seulement langagières. Dans ce contexte, les actes de parole sont essentiels par la perspective actionnelle, dû au fait que, il y a « tâche » qui a la mission de développer le fait d'un ou de plusieurs sujets qui y mobilisent stratégiquement les compétences dont ils disposent en vue de parvenir à un résultat déterminé.

La perspective actionnelle prend donc aussi en compte les ressources cognitives, affectives, volitives et l'ensemble des capacités que possède et met en œuvre l'acteur social.

D'accord a la perspective actionnelle, les suivant concepts sont définie comme :

- **Compétences** : Ensemble des connaissances, des habiletés et des dispositions qui permettent d'agir.
- **Compétences générales** : Sont celles auxquelles on fait appel pour des activités de tout sortes et compris langagières.

- **Contexte** : S'agit à la multitude des événements et des paramètres de la situation propre à la personne, aussi extérieurs à elle. Dans laquelle s'inscrivent les actes de communication.
- **Activités langagières** : Compromettent l'exercice de la compétence à communiquer langagièrement, dans un domaine déterminé, pour traiter de recevoir et/ou produire un o des textes en vue de réaliser une tâche.
- **Processus langagier** : La suite des événements neurologiques et physiologiques qui participent à la réception et à la production décrit et d'oral.
- **Texte** : Séquence discursive qui peut être orale ou écrite, activité langagière au cours de la réalisation d'une tâche.
- **Domaine** : La catégorisations majeurs intéressant l'enseignement ou apprentissages des langues comme le domaine éducationnel, domaine professionnel, domaine public, domaine personnel.
- **Stratégie** : L'agencement organisé, finalisé, et règle d'opération choisies par accomplir une tâche qu'il se donne ou qui se présente à lui. La personne qui utilise la langue développe différentes caractéristiques, c'est à dire, un ensemble de compétences générales et compétences à communiquer langagièrement. Toutes les habiletés que l'apprenant de français ou acter sociaux devra mettre en œuvre pour accomplir la tâche ; on devrait compter le contexte et les

conditions de la situation, quel sera le produit et finalement quels seront les stratégies à utiliser.

La tâche, le concept plus important dans cette mémoire, qui a la définition de parvenir à un résultat donné en fonction d'un problème à résoudre, d'une obligation à remplir, d'un but qui s'est fixé. L'apprenant soutiendra des ressources qui a développé comme : stratégies, tâches, textes, compétences individuelles, compétences langagières à communiquer, activités langagières et domaines. (Council of Europe. Council for Cultural Co-operation. Education Committee. Modern Languages Division, 2001)

Par un autre part, la simulation est la réalité de vie dans un environnement simule et structuré, c'est-à-dire, l'environnement est fourni par le biais de texte et de supports audio, vidéo, entre autres. Les éléments clés sont fournis pour ce qui est du contexte comme le sexe, l'âge, la profession. Les apprenants prennent un rôle, dans ce rôle, c'est important qui acceptent les droits et les responsabilités et effectuent les tâches d'accord aux fonctions des personnalités. Ils peuvent utiliser l'imagination, seulement, ne pas inventer. En peu mots, la simulation s'agit de communication vraie dans une situation réaliste contrôlée.

(Language Teaching Methods, 2012)

En échange ; le jeu de rôle est une technique d'improvisation qui permet à chaque participant d'incarner un personnage de son invention, en autres mots, il s'agit d'une fiction interactive dans laquelle chaque joueur intervient pour ajouter sa propre

histoire. Dans ce technique, les participants créent les aspects clé de l'environnement, le jeu se développera d'accord à la fonction d'un scénario ou de selon la situation l'exige. (Larousse.fr, 2020)

Il y a un autre concept qui complémente les deux avants, qui est la simulation globale, elle consiste en que les apprenants doivent agir et interagir en endossant une identité fictive, cette activité implique deux principes fondamentaux qui sont lieu-thème qui permet de convoquer et de fédérer les activités pédagogiques traditionnellement atomisées ; et les identités fictives qui permettent aux participant de se glisser dans la peau d'un personnage. C'est-à-dire, la simulation globale consiste en l'ensemble de différents types d'apprentissages comme linguistiques, discursifs et culturels, dans leurs divers niveaux de complexité. (Lehuen Jérôme ; Kitlinska Sylwia, 2006)

2.1.1 Référentiel pour le Cadre Européen Commun A2

Le cadre européen commun de référence offre une base commune pour l'élaboration de programmes de langues vivantes, de référentiels, d'examens, de manuels, etc. en Europe.

Aussi, il explique de manière claire quels sont les « savoir » qui se trouve dans les « compétences général individuelles » que les apprenant développeront. On expliquera chacun.

- **Les savoirs ou connaissance déclarative :** les connaissances résultant de l'expérience sociale, plus connu sous le nom de connaissance empirique, cependant, l'apprentissage plus formel sont savoirs académiques. Les connaissances académiques ou empiriques d'un domaine professionnel sont évidemment d'importance dans la réception et la compréhension de textes en langue étrangère relevant des domaines en question. La connaissance des valeurs et des croyances partagées de certains groupes sociaux dans d'autres régions ou d'autres pays telles que les croyances religieuses, les tabous, une histoire commune, etc., sont essentielles à la communication interculturelle. Les multiples domaines du savoir varient d'un individu à l'autre. Ils peuvent être propres à une culture donnée ; ils renvoient néanmoins à des constantes universelles.

- **Les habiletés et savoir-faire :** Une personne qui est intéressé pour apprendre quelque chose, au début, elle lui est difficile de développer les compétences dont elle a besoin, mais au fil du temps, elle les développe dans la mesure où elle peut le faire facilement ; par exemple, la prononciation ou certaines parties de la grammaire telle que la conjugaison des verbes.
- **Les savoir-être :** sont à considérer comme des dispositions individuelles, des traits de personnalité, des dispositifs d'attitudes, qui touchent, par exemple, à l'image de soi et des autres, au caractère introverti ou extraverti manifesté dans l'interaction sociale. Les savoir-être se trouvent culturellement inscrits et constituent dès lors des lieux sensibles pour les perceptions et les relations entre cultures : telle manière d'être que tel membre d'une culture donnée adopte comme propre à exprimer chaleur cordiale et intérêt pour l'autre peut être reçue par tel membre d'une autre culture comme marque d'agressivité ou de vulgarité.
- **Les savoir-apprendre :** mobilisent tout à la fois des savoir-être, des savoirs et des savoir-faire et s'appuient sur des compétences de différents types. En la circonstance, « savoir-apprendre » peut aussi être paraphrasé comme « savoir/être disposer à découvrir l'autre », que cet autre soit une autre langue, une autre culture, d'autres personnes ou des connaissances nouvelles.

Les apprenants, savoir apprendre renvoie à des combinaisons différentes à différents degrés de certains aspects du savoir-être, du savoir-faire et du savoir.

2.1.2 Compétence à communiquer langagièrément

La compétence à communiquer langagièrément peut être considérée comme présentant plusieurs composantes : une composante linguistique, une composante sociolinguistique, une composante pragmatique. Chacune de ces composantes est posée comme constituée notamment de savoirs, d'habiletés et de savoir-faire.

- **La compétence linguistique** : s'agit aux savoirs et savoir et savoir-faire relatifs au lexique, à la phonétique, à la syntaxe et aux autres dimensions du système d'une langue, pris en tant que tel, indépendamment de la valeur sociolinguistique de ses variations et des fonctions pragmatiques de ses réalisations. Dans cette compétence, l'étendue et la qualité des connaissances sont importants, mais aussi avec l'organisation cognitive et le mode de stockage mémorial de ces connaissances et l'habileté pour l'utilisation des connaissances.
- **La compétence sociolinguistique** : sont aux paramètres socioculturels de l'utilisation de la langue qui est sensible aux normes sociales comme : les règles d'adresse et de politesse, régulation des rapports entre générations, sexes, statuts, groupes sociaux. La composante sociolinguistique affecte fortement toute communication langagière entre représentants de cultures différentes, même si c'est souvent à l'insu des participants eux-mêmes.

- **La compétence pragmatique** : recouvre l'utilisation des ressources de la langue qui sont les fonctions langagières et les actes de parole. Une autre définition s'agit de la maîtrise du discours, à sa cohésion et à sa cohérence, au repérage des types et genres textuels, des effets d'ironie, de parodie.

Toutes les catégories utilisées ici ont pour but de caractériser les domaines et les types de compétences qu'un acteur social a intégrés, à savoir les représentations, les mécanismes et les capacités dont on peut considérer que la réalité cognitive rend compte de comportements et de réalisations observables. Simultanément, tout processus d'apprentissage facilitera le développement ou la transformation de ces représentations internes, de ces mécanismes et de ces capacités.

Le Cadre Européen Commun décrit aussi complètement que possible ce que les apprenants d'une langue doivent apprendre afin de l'utiliser dans le but de communiquer ; il énumère également les connaissances et les habiletés qu'ils doivent acquérir afin d'avoir un comportement langagier efficace. La description englobe aussi le contexte culturel qui soutient la langue. Enfin, le Cadre de référence définit les niveaux de compétence qui permettent de mesurer le progrès de l'apprenant à chaque étape de l'apprentissage et à tout moment de la vie.

L'entretien montre un problème qui concerne les niveaux de mesure de la langue ; raison pour laquelle ce nécessaire définir chaque niveau et principalement le niveau A2. (Council of Europe. Council for Cultural Co-operation. Education Committee. Modern Languages Division, 2001)

Utilisateur débutant	A1	<p>Peut comprendre et utiliser des expressions familières et quotidiennes ainsi que des énoncés très simples qui visent à satisfaire des besoins concrets. Peut se présenter ou présenter quelqu'un et poser à une personne des questions - là concernant – par exemple, sur son lieu d'habitation, ses relations, ce qui lui appartient, etc. – et peut répondre au même type de questions. Peut communiquer de façon simple si l'interlocuteur parle lentement et distinctement et se montre coopératif.</p>
Utilisateur débutant	A2	<p>Peut comprendre des phrases isolées et des expressions fréquemment utilisées en relation avec des domaines immédiats de priorité (par exemple, informations personnelles et familiales simples, achats, environnement proche, travail). Peut communiquer lors de tâches simples et habituelles ne demandant qu'un échange d'informations simple et direct sur des sujets familiers et habituels. Peut décrire avec des moyens simples sa formation, son environnement immédiat et évoquer des sujets qui correspondent à des besoins immédiats</p>

Utilisateur indépendant	B1	<p>Peut comprendre les points essentiels quand un langage clair et standard est utilisé et s'il s'agit de choses familières dans le travail, à l'école, dans les loisirs, etc. Peut se débrouiller dans la plupart des situations rencontrées en voyage dans une région où la langue cible est parlée. Peut produire un discours simple et cohérent sur des sujets familiers et dans ses domaines d'intérêt. Peut raconter un événement, une expérience ou un rêve, décrire un espoir ou un but et exposer brièvement des raisons ou explications pour un projet ou une idée.</p>
Utilisateur indépendant	B2	<p>Peut comprendre le contenu essentiel de sujets concrets ou abstraits dans un texte complexe, y compris une discussion technique dans sa spécialité. Peut communiquer avec un degré de spontanéité et d'aisance tel qu'une conversation avec un locuteur natif ne comportant de tension ni pour l'un ni pour l'autre. Peut s'exprimer de façon claire et détaillée sur une grande gamme de sujets, émettre un avis sur un sujet d'actualité et exposer les avantages et les inconvénients de différentes possibilités.</p>

Utilisateur expérimenté	C1	<p>Peut comprendre une grande gamme de textes longs et exigeants, ainsi que saisir des significations implicites.</p> <p>Peut s'exprimer spontanément et couramment sans trop apparemment devoir chercher ses mots. Peut utiliser la langue de façon efficace et souple dans sa vie sociale, professionnelle ou académique. Peut s'exprimer sur des sujets complexes de façon claire et bien structurée et manifester son contrôle des outils d'organisation, d'articulation et de cohésion du discours.</p>
Utilisateur expérimenté	C2	<p>Peut comprendre sans effort pratiquement tout ce qu'il/elle lit ou entend. Peut restituer faits et arguments de diverses sources écrites et orales en les résumant de façon cohérente. Peut s'exprimer spontanément, très couramment et de façon précise et peut rendre distinctes de fines nuances de sens en rapport avec des sujets complexes.</p>

D'accord au livre Référentiel pour le Cadre Européen Commun le niveau A2.

Écouter	Peut comprendre des expressions et un vocabulaire très fréquents relatifs à ce qui le concerne de très près (par exemple : soi-même, sa famille, les achats, l'environnement proche, le travail).
Lire	Peut lire des textes courts très simples. Peut trouver une information particulière prévisible dans des documents courants comme des publicités simples (pas trop connotées), des prospectus, des menus et des horaires, et peut comprendre des lettres personnelles courtes et simples.
Écrire	Peut écrire des notes et messages simples et courts. Peut écrire une lettre personnelle très simple, par exemple de remerciements.

Pour cette mémoire on souligne la part d'actes de parole du livre Référentiel pour le Cadre Européen Commun le niveau A2 (Erlich, 2008), parce que la base essentielle est l'interaction communicative qui se conforme pour les points suivants :

- Présenter qqn
 - Parler de son environnement quotidien : parler de son lieu de vie, de son travail, parler de sa famille, de ses loisirs.

- Se situe dans le temps
 - Situer des événements dans le temps : exprimer le moment d'une action, exprimer la fréquence.

- Se situer dans l'espace
 - Situer un objet ou une personne, situer un lieu, indique une direction : indiquer une provenance, décrire un itinéraire, exprimer une distance.

- Demander qqch à qqn
 - Demander des informations : demander son chemin

- Demander à qqn de faire qqch
 - Commander/ réserver, demander de payer, donner des instructions, donner un ordre.

- Proposer qqch à qqn
 - Proposer de l'aide ou un service.

- Accepter qqch
 - Répondre par l'affirmative, accepter de l'aide ou un service, accepter une proposition ou une suggestion.

- Exprimer un sentiment positif
 - Exprimer (partiellement) ses goûts.

- Refuser qqch
 - Répondre par la négative, refuse de l'aide ou un service, refuser une proposition.

- Parler du passé
 - Raconter des événements passés : raconter un fait divers.

- Parler du futur
 - Exprimer une prévision.

On domine une conversation de manière simple, à condition que l'autre soit disposée à répéter ce qu'elle a dit ou à dire en d'autres termes et à un rythme plus lent, et à l'aider à formuler ce qu'on essaie de dire.

2.2 Français Langue Étrangère

Le concept de langue étrangère se construit par opposition à celui de langue maternelle et on peut dire dans un premier temps que toute langue non maternelle est une langue étrangère. On veut dire par là qu'une langue ne devient étrangère que quand un individu ou un groupe l'oppose à la langue ou aux langues qu'il considère comme maternelles. Une langue peut donc revêtir un caractère de xénité, c'est à dire d'étrangeté, d'un point de vue social ou politique. Par exemple, après la décolonisation, et bien qu'il fût la langue d'une partie importante de la société civile. (Cuq, Jean-Pierre; Gruca Isabelle, 2002)

On rappellera qu'en français, étranger a deux sens : celui qui n'appartient pas au pays, et celui qui n'appartient pas à la parenté. Autrement dit, la xénité apparait dès qu'on sort du premier cercle social et peut être appréhendée à plusieurs degrés. On peut trois degrés de xénité :

- **La distance matérielle** : par exemple, pour un Français, le japonais est plus distant que l'arabe, qui l'est plus que l'italien, La géographie a des conséquences pédagogiques, c'est à dire, les voyages plus difficiles et plus coûteux dans le pays dont on veut étudier la langue, difficulté à se procurer des documents authentiques, mais aussi dans les représentations plus ou moins exotiques qu'on se fait de la langue à apprendre.

- **La distance culturelle** : les pratiques culturelles des étrangers sont plus ou moins directement décodables mais elles ne le sont pas forcément en proportion de la distance géographique sur tous les sujets, Rappelons encore que c'est l'appréciation correcte de ce paramètre qui définit un usage convenable des connaissances idiomatiques.
- **La distance linguistique** : Les linguistes nous ont appris qu'il existe des familles des langues. Par exemple, les langues romanes sont plus proches entre elles qu'elles ne le sont des langues slaves. L'arabe et le japonais, quoi qu'apprenant a des familles différentes apparaîtront peut-être sous certains aspects comme plus ou moins distantes, En effet, l'écriture de l'arabe, quoique de sens inverse de l'écriture latine, est alphabétique, alors que le japonais est idéogrammatique.

Le fait qu'on puisse s'approprier une langue étrangère hors de toute situation institutionnellement guidée, processus qu'on nomme acquisition, la rapproche d'une certaine façon de la langue maternelle. Mais du point de vue didactique, une langue devient étrangère lorsqu'elle est constituée comme un objet linguistique d'enseignement et d'apprentissage qui s'oppose par ses qualités à la langue maternelle. Ainsi la langue étrangère n'est généralement pas la langue de première socialisation, elle n'est pas la première dans l'ordre des appropriations linguistiques, la proportion entre apprentissage et acquisition s'inverse dans son mode d'appropriation par rapport à ce qui fonde la langue maternelle, et le critère

d'appartenance est lui aussi minoré. Enfin, le degré de xénité qu'on lui accorde n'est pas directement un gage de plus ou moins grande difficulté dans le processus d'appropriation. (Cuq, Jean-Pierre; Gruca Isabelle, 2002)

Le français est donc une langue étrangère pour tous ceux qui, ne le reconnaissant pas comme langue maternelle, entre dans un processus plus ou moins volontaire d'appropriation, et pour tous ceux qui, qu'ils le reconnaissent ou non comme langue maternelle, en font l'objet d'un enseignement à des parleurs non natifs, C'est la prise de conscience de cette différenciation qui devait donner naissance, dans les années soixante, aux deux champs disciplinaires de la didactique du français maternelle et du français langue étrangère.

Par autre côté, se trouve le français langue seconde, comme dit Pierre Martinez, « il est clair qu'on gagne beaucoup à appeler langue seconde tout système acquis chronologiquement après la langue première. »

La seconde acception est plus stricte, qui es :

« Le français langue seconde est un concept ressortissant aux concepts de langue et de français. Sur chacune des aires où il trouve sons application, c'est une langue de nature étrangère. Il se distingue des autres langues étrangères éventuellement présents sur ces aires par ses valeurs statutaires, soit juridiquement, soit socialement, soit les deux et par le degré d'appropriation que la communauté qui l'utilise s'est octroyé ou revendique. Cette communauté est là ou plurilingue, La

plupart de ses membres le sont aussi et le français joue, dans leur développement psychologique, cognitif et informatif, conjointement avec une ou plusieurs autres langues, un rôle privilégié. »

2.2.1 Français sur Objectif Spécifiques (FOS)

Les méthodologies destinées aux enfants sont des réponses aux tentatives d'élargissement du nombre des apprenants dans la partie scolarisée du public potentiel. Mais, depuis les années soixante, est apparu un autre public, adulte celui-là, est généralement porteur d'une demande communicative professionnelle. Certes, de façon générale, apprendre une langue répond toujours à un objectif fonctionnel, de quelque type qu'il soit. De la même façon, utiliser une langue à un moment et à un endroit donné, autrement dit produire de la parole, est bien entendu toujours une communication spécifique. On pourrait donc légitimement s'étonner d'une telle spécialisation lexicale pour qualifier cette partie de la méthodologie du Français Langue Étrangère. Mais la multiplicité des dénominations utilisées depuis une quarantaine d'années pour la désigner traduit d'une certaine manière, l'embarras des didacticiens et des responsables de la politique linguistique française: des deux en effet, car la particularité de cette problématique est en grande partie d'avoir été une série de réponses didactiques à des demandes fortes des autorités, qui pensaient ainsi répondre elles-mêmes aux demandes de leurs partenaires étrangers, ou prendre l'initiative de susciter une nouvelle appétence pour le français. Mais elle traduit aussi la prise de conscience chez les responsables de la diffusion du français que la science et la technique sont désormais partie prenante du champ de la culture, et qu'une langue qui veut conserver son statut de langue internationale de communication ne peut plus ignorer ce fait. (Cuq, Jean-Pierre; Gruca Isabelle, 2002)

Comme son nom l'indique, le français sur objectifs spécifiques dépend bien entendu de l'analyse des objectifs et des besoins. C'est en effet dans cette partie de la didactique des langues que l'analyse des besoins a été le plus utilisée, car son objet est de faire acquérir, en général le plus rapidement possible, des savoirs, savoir-faire et comportements limités mais suffisants, et ceux-là seuls, qui rendent l'apprenant capable de faire face aux situations dans lesquelles il se trouvera, et seulement celles-là, dans sa vie professionnelle. C'est pourquoi nulle part peut-être comme en français sur objectifs spécifiques, le lien n'est aussi direct entre la conceptualisation et l'action de formation.

Ainsi, selon René Richerich, l'identification des besoins doit se traduire en objectifs, en contenus, en actions, en programmes. Pour ce faire, trois opérations complémentaires et fortement reliées sont indispensables.

- **Identifier les besoins langagiers** : c'est recueillir les informations auprès des individus, groupes et institutions concernés par un projet l'enseignement/apprentissage d'une langue étrangère pour mieux connaître leurs caractéristiques ainsi que les contenus et les modalités de réalisation de ce projet.
- **Formuler des objectifs d'apprentissage**, c'est en fonction d'un certain nombre de données permettant de faire ces choix, donner des explications pour justifier ces choix et pour expliquer ou prescrire ce que les apprenants sont supposés avoir appris à partir de ce que l'enseignant leur a enseigné.

- **Définir des contenus d'apprentissage** : C'est en fonction d'un certain nombre de données permettant de faire des choix, donner des informations sur ce que les apprenants sont supposés apprendre tout au long de l'enseignement pour parvenir à des savoirs, savoir-faire e comportements déterminés.

Mais la problématique du français sur objectifs spécifiques devait l'ange ment dépasser la simple application systématique de principes nouveaux à des situations d'apprentissage particulières et l'élaboration de programmes destinés à des publics professionnels. Comme on l'a dit, elle devait très vite se révéler comme un des éléments moteurs du renouveau méthodologique de l'époque, dans la mesure où la définition des savoirs et des savoir-faire dépend étroitement des objectifs d'enseignements, le français sur objectifs spécifiques ne pouvait qu'être intimement lié aux approches communicatives. (Cuq, Jean-Pierre; Gruca Isabelle, 2002)

Les techniques d'enseignement en FOS sont :

- **Le cours à double enseignant** : la première technique est celle qui a été et est parfois encore employée dans certains centres de langue, celle du Cours à double enseignant : un enseignant de langue et un spécialiste du domaine concerné. Cette technique est souvent très profitable, mais on en voit bien l'inconvénient majeur son prix de revient, qui double évidemment le prix du cours habituel. On peut toutefois n'utiliser le spécialiste. Qu'un certain nombre

de fois dans le parcours, la fréquence restant à définir au cas par cas en fonction des divers paramètres.

- **L'étude de cas** : la deuxième technique, qui est plus particulièrement utile en français des affaires, français du commerce ou autres spécialités comparables, est l'étude de cas. L'intérêt de l'étude de cas est de pousser les apprenants à suivre des canevas de situations et d'échanges langagiers. Cette technique souvent utilisée dans les manuels. Mais elle a pour inconvénient de nécessiter un enseignant de langue performant dans le domaine en question. Bien entendu elle peut être couplée avec le cours a doublé enseignant.

- **La simulation globale** : une autre technique aujourd'hui bien connue et bien décrite est la simulation globale. L'objectif d'une simulation globale est une production collective (écrite et orale, éventuellement enregistrée) qui favorise et en même temps conserve les interactions du groupe. Pour qu'une simulation globale soit profitable avec des publics spécialisés Mireille Darot conseille de :
 - S'assurer qu'ils disposent de 100 à 150 heures d'enseignement préalable, déréférence en intensif.

 - Prendre garde à la lourdeur pour l'enseignant de la préparation du matériel.

- La faire plutôt en fin de cursus pour ne pas briser le rythme par de trop nombreuses corrections et pour compter sur une certaine auto évaluation de l'apprenant.

2.2.1.1 Méthodes didactiques spécialisés

Généralement, le terme de méthode est utilisé dans deux acceptions différentes, mais essentielles, pour désigner :

- Soit le matériel d'enseignement qui peut se limiter à un seul outil (manuel ou livre + cassette audio ou vidéo) ou faire référence à une suite qui prend en charge l'ensemble des niveaux Par exemple. Espaces où Café crème.
- Soit une manière de s'y prendre pour enseigner et pour apprendre : il s'agit donc d'un ensemble raisonné de procédés et de techniques de classe destinés à favoriser une orientation particulière pour acquérir les rudiments de la langue et soutenus par un ensemble de principes théoriques. Par exemple, la méthode directe qui vise à enseigner directement la langue étrangère sans le passage ou le recours à la langue maternelle ou à la traduction et qui repose sur un ensemble de pratiques qui encouragent à nommer directement les choses et les actions qui peuvent être observables dans une classe.
- Dans cette acception, une méthode peut donc donner naissance à des manuels ou des ensembles pédagogiques relativement différents les uns des autres et, dans ce cas, le terme est très proche du sens couramment employé pour désigner une méthodologie.

- Quant au terme méthodologie, il renvoie généralement soit à l'étude des méthodes et de leurs applications soit à un ensemble construit de procédés, de techniques, de méthodes, le tout articulé autour d'options ou de discours théorisant o théoriques d'origine diverse qui le sous-tendent. Comme le fait ramait qui a juste titre Christian Puren dans l'introduction générale, de son ouvrage, les méthodologies mettent en œuvre des éléments variable à la fois nouveaux et anciens, en étroite interaction avec le contexte historique qui les voient naître ou qui conditionnent leur naissance.

Dans ce faisceau interactionnel qui détermine toute méthodologie les objectifs de l'apprentissage, les contenus linguistiques et culturels que dépendent des théories de référence et les situations d'enseignement peuvent varier profondément d'une époque à une autre.

Nous disposons aujourd'hui de plusieurs chronologies des méthodes et des méthodologies, Certaines remontent aux origines les plus lointainement connues ; d'autres, plus succinctes s'attachent davantage à travers l'évolution typologique, à montrer leurs cohérences. Cependant, si habile soit-elle. Une présentation chronologique ne rend pas totalement compte de la complexité des situations et du fait que de nombreux outils pédagogiques entremêlent des données théoriques quelquefois for différentes et appartenant à divers courants méthodologiques.

Le français sur objectifs spécifiques dépend bien entendu de l'analyse des objectifs et des besoins. C'est en effet dans cette partie de la didactique des langues que l'analyse des besoins a été le plus utilisée, car son objet est de -faire acquérir, en général le plus rapidement possible, des savoirs, savoir-faire et comportements limites mais salissants, et ceux-là seuls, qui rendent l'apprenant capable de faire face aux situations dans lesquelles il se trouvera, et seulement celles-, dans sa vie professionnelle. C'est pourquoi nulle part peut-être comme en français fait sur objectifs spécifiques, le lien n'est aussi direct entre la conceptualisation et l'action de formation. Ainsi, selon René Richerich, l'identification des besoins doit se traduire en objectifs en contenus, en actions, en programmes. Pour ce faire, trois opérations complémentaires et fortement reliées sont indispensables : identifier les besoins langagiers, c'est recueillir les informations auprès des individus, groupes et institutions concernés par un projet d'enseignement-apprentissage d'une langue étrangère pour mieux connaître leurs caractéristiques ainsi que les contenus et les modalités de réalisation de ce projet.

- **Formuler des objectifs d'apprentissage** : c'est en fonction d'un certain nombre de données permettant de faire ces choix, donner des explications pour justifier ces choix et pour expliquer ou prescrire ce que les apprenants sont supposés avoir appris à partir de ce que l'enseignant leur a enseigné.
- **Définir des contenus d'apprentissage** : c'est, en fonction d'un certain nombre de données permettant de faire des choix, donner des informations sur ce que les apprenants sont supposés apprendre tout au long de

l'enseignement pour parvenir à des savoirs, savoir-faire et comportements déterminés.

Mais la problématique du français sur objectifs spécifiques devait largement dépasser la simple application systématique de principes nouveaux à des situations d'apprentissage particulières et l'élaboration de programmes destinés à des publics professionnels. Comme on l'a dit, elle devait très vite se révéler comme un des éléments moteurs du renouveau méthodologique de l'époque : dans la mesure où la définition des savoirs et des savoir-faire dépend étroitement des objectifs d'enseignements, le français sur objectifs spécifiques ne pouvait qu'être intimement lié aux approches communicatives.

2.3 Manuels : « Le Français du Tourisme » et « Hôtellerie-Restauration.com »

Les livres on va utiliser pour cette mémoire sont : « Le Français du Tourisme » et « Hôtellerie-Restauration.com », les deux livres sont manuels FOS, parce que sont des ouvrages spécialisés dans le domaine du tourisme.

Le Français du Tourisme est une ouvrage d'hôtellerie, restauration et voyages. L'auteure du livre es Anne-Marie Calmy, l'éditorial est Hachette livre 2004. Composé de 160 feuilles, 200 activités pratiques et environnement 200 heures de cours. Le contenue montre six module.

Le premier module qui s'appelle « découvrir le monde du tourisme » se compose pour deux unités qui appli les savoir-faire professionnels comme identifier les partenaires du tourisme, leurs fonctions, leurs prestations ; identifier les taches et es situations de communication ; repérer les informations relatives à un parcours professionnel et analyser une offre d'emploi, proposer sa candidature et sa préparer à un entretien d'embucha. Les documents professionnels à délivrer et à apprendre dans cette unité sont : présentation radiophonique d'un partenaire institutionnel, des principaux types de tourisme et de différents types de voyages d'affaires, aussi, présentations et portraits écrits, offres d'emploi, annonces, et curriculum vitae.

Le deuxième module est « Accueillir et assister le touriste » se compose pour trois unités laquelle développe les savoir-faire professionnels comme : identifier les différents types de clients, comprendre la demande, réagir en professionnel ; Identifier et fournir document utile ; répondre par écrit une demande de renseignements, annoncer une pièce jointe ; identifier les transporteurs, leurs moyens de transport, leurs prestations ; rechercher et communiquer des renseignements sur les transports, les horaires, les titres de transport ; rechercher et communiquer des renseignements sur les programmes ; identifier des informations précises à partir d'un document Informatif, identifier des informations précises lors d'une conversation ou d'une présentation orale et répondre avec précision au demandes des clients. Les documents professionnels à produire sont : Brochures, dépliants, circuits, encarts, affiches, fiches des horaires et des tarifs, programmes culturels et de loisirs, guides des restaurants et des hôtels, plans de ville ; fiches de renseignements ; lettres, fax (télécopies), courriers électroniques (email) ; sites internet ; fiches horaires ; fiches de renseignements ; présentation du monde de consultation et de réservation en ligne : l'e-tourisme ; présentation des conditions d'annulation et de remboursement des billets d'avion ; programmes culturels et de loisirs ; lettres ; Guide des établissements hôteliers ; cartes, menus ; carte de France : les indicatifs téléphoniques des régions ; guide des restaurants.

Le troisième module est intitulé « Concevoir un produit touristique », les savoir-faire professionnels qui présent sont : analyser l'offre de prestations ; s'informer auprès des producteurs ; concevoir un produit pour un client ; analyser l'offre d'animations culturelles et de loisirs ; s'informe auprès des organisateurs ; concevoir un

programme d'animation pour un client ; analyser l'offre d'hébergement et de restauration ; s'informer auprès des hôteliers et des restaurateurs ; concevoir un produit d'hôtellerie ou de restauration pour un client ; en ce qui concerne les documents professionnels sont : brochures, excursions, circuits, lettres, présentations radiophonique d'un programme musical, calendrier des manifestations, fêtes et événements, programme d'animation, feuillet des présentations, des tarifs hôteliers, des formes d'hébergement, forfait, formule, recette, cartes et menus.

Le module quatrième est nommé « Assurer la vente et l'après-vente » où les savoir-faire professionnels sont : connaître le client et préciser ses besoins, repérer les stratégies de vente d'un produit, analyser une situation commerciale ; effectuer une réservation, préparer une cotation pour une réservation, prendre une commande ; modifier ou annuler une réservation, une commande, informer un prestataire, avertir un client ; savoir parler des prix et des tarifs, connaître et expliquer les moyens de paiement ; connaître et expliquer les procédures de règlement et de remboursement ; comprendre l'objet d'une réclamation ; formuler une réclamation et aviser le client et répondre à une réclamation. Donnant lieu aux documents professionnels suivants : tract publicitaire, formulaire des réservations hôtelière, lettres, fiche de réservation informatique, formulaire de demande de cotation, tract publicitaire, facture, présentation du fonctionnement des chèques-vacances par l'agence nationale pour les chèques-vacances (ANCV), présentation de la réservation et de l'achat de billets électroniques en ligne, formulaire précisant les

conditions d'annulation et de remboursement, expliquant les conditions de réservation et de facturation, lettres de réclamation et facture.

Le module cinquième s'appelle « Promouvoir le produit et fidéliser le client » leur contenu est de trois unités, où les savoir-faire professionnels sont : connaître une entreprise et ses produits et en caractériser les atouts ; valoriser l'image et les produits d'une entreprise ; concevoir des messages promotionnels : courte annonce, texte et encart publicitaires ; connaître et faire connaître les pays et ses caractéristiques : démarches à entreprendre, précautions particulières et recommandations utiles, traditions, coutumes, attitudes ; valoriser l'image et les atouts d'une destination : l'histoire, la gens, le climat, la faune, la flore ; concevoir des messages promotionnels oraux ou écrits sur une destination ; analyser une action de fidélisation ; sélectionner des produits pour des clients cibles ; concevoir et rédiger une lettre de fidélisation. Les documents professionnels qui supportent ce module sont : encarts publicitaires, article de journal, annonce publicitaire radiophonique, texte promotionnels, fiche technique, conférence sur les conseils sanitaires par un praticien de la médecine du voyage, textes, annonces, encarts publicitaires, fiches d'information, documents publicitaires, slogans publicitaires, messages promotionnels, questionnaire de qualité.

Finalement le module sixième consiste en « exemples d'épreuves pour le certificat de Français du Tourisme et de l'Hôtellerie » comprendre la compréhension orale qui a pour objectifs montrer que l'on est capable de saisir, à vitesse normale, des informations simples mais ciblées, issues d'un enregistrement sonore, qui pourront

être réutilisées pour renseigner le touriste. La compréhension écrite dit que comprendre un texte écrit issu d'un document touristique ; pouvoir participer à la rédaction d'un texte promotionnel, en y insérant à bon escient les données et le lexique proposés. En ce qui concerne à l'expression écrite, l'objectif est concevoir et rédiger une lettre promotionnelle type à partir d'une situation et d'éléments d'information donnés, analyser une demande et ses contraintes, réfléchir sur les propositions à faire, évaluer et indiquer le prix des prestations et montrer que l'on est capable de réutiliser des informations professionnelles factuelles et de les présenter sous forme de texte construit en tenant compte de sa fonctionnalité. La dernière expression orale consiste en montrer que l'on est capable de lire un document d'information professionnelle, de poser des questions utiles pour cerner les besoins et les goûts du client, de proposer des prestations et de convaincre de leur intérêt.

Pour autre côté, le livre « hotellerie-restauration.com » qui est une méthode de français professionnel de l'hôtellerie et de la restauration. Les auteurs sont : Sophie Corbeau, Chantal Dubois, Jean-Luc Penfornis, Laurent Semichon, l'éditorial est CLE international. Composé de 126 feuilles et 120 heures de cours et le livre est utilisable à partir de 60 heures de français général. Sa contenu est six unités thématiques, à la fin de chaque unité il y a des leçons qui se nomme « Faites le pont grammatical, faites le point professionnel, pour aller plus loin et scénario professionnel. » ils sont test d'évaluation et développer autres habilités.

L'unité une qui s'appelle « Bienvenue à l'hôtel de la paix » consiste en deux leçon et les savoir-faire sont se présenter/présenter quelqu'un, présenter son métier, présenter les principales caractéristiques d'un hôtel. Les points de la grammaire sont indicatif présent ; c'est/il est et articles définis et indéfinis. L'unité finit avec la révision et les métiers de l'hôtellerie et la restauration.

L'unité deux est « réservation » a 6 leçon. Les savoir-faire pour développer sont : questionner les clients pour servir, remplir une fiche de réservation, informer sur les horaires, prendre en note la réservation d'une table, comprendre et écrire un message électronique, écrire une lettre commerciale, détailler des prestations, s'excuser d'un pas satisfaire une demande de réservation, justifier, modifier ou annuler un dossier de réservation, rappeler au client ses obligations. En qui concerne à la grammaire sont : l'interrogation, expression du temps : heures et dates, adjectifs possessif, forme linguistiques de la lette commerciale, la forme négative : ne... pas ; ne... plus, ne... rien, ne...jamais et l'indicatif passé composé. Pour finir la révision de l'unité 2 ; un stagiaire à la loupe.

L'unité trois nomme « accueil » se compose pour 6 leçon, où les savoir-faire sont : prendre contact, prendre en charge le client, prendre congé, prendre contact avec le responsable du groupe, distribuer les chambres et les bagages, accompagner un client dans sa chambre, décrire l'équipement d'une chambre, s'assurer que le client est satisfait des prestations offertes, comprendre et écrire des messages d'accueil, connaitre les produits d'accueil, prendre en charge le client : installer le client à la table, présenter la carte, bien accueillir au téléphone : se présenter, faire patienter,

demander le nom, prendre congé, prendre en note un message. Concernant à la grammaire on étudie les nombres ordinaux et cardinaux, future proche, indicatif futur simple, la localisation, accord des adjectifs qualificatifs, adjectifs démonstratifs, expression du lieu : préposition, articles contractes, adjectif de couleur, indicatif présent. Comme d'habitude, la révision de l'unité trois, un stagiaire à l'Hôtel de la Paix, accueillir une clientèle internationale.

L'unité quatre s'appelle « services », a six leçons, les savoir-faire à développer sont : informer les clients sur les différents services et équipements de l'hôtel, prendre note d'une commande petit-déjeuner par téléphone, caractériser les tâches professionnelles du métier de concierge, indiquer le chemin, caractériser les tâches professionnelles des métiers de gouvernante et de femme de chambre, répondre aux demandes des clients à l'étage, nommer les différentes catégories d'aliments, caractériser un plat, aider le client à choisir, s'enquérir de ses goûts, donner des conseils, prendre en note la commande, écrire un bon de commande. Les leçons de la fin sont : la révision, un stagiaire à l'hôtel de la Paix, les services de l'hôtel. La grammaire est : pronoms relatifs simples : qui/ que (qu') / où, articles partitifs, impératif présent, nominalisations, prépositions à et de dans les noms des plats, pronoms personnels indirects.

L'unité cinq « réclamations » se compose pour six leçons, comprendre les savoir-faire comme : comprendre les requêtes des clients pendant leur repas et y répondre, savoir dresser une table, comprendre les messages électroniques de réclamations des clients, comprendre les réclamations des clients (service, cuisine, boisson),

s'excuser et envisager une réparation, faire face à des dysfonctionnements (surréservation, chambre pas prête, délogement..), s'excuser et proposer une réparation, comprendre le travail du personnel d'étage : éléments contrôlés dans les chambres, rédiger une lettre d'excuse suite à une réclamation. L'unité a fini avec la révision de la même, un stagiaire à l'hôtel de la Paix, le comportement à adopter face à un client mécontent. Développe la grammaire de pronom personnel en, indicatif imparfait et passé composé, expression de la quantité : peu/ assez/ beaucoup/ trop, expression du temps : il y a, depuis, pendant, dans, au bout de, en, jusqu'à, forme passive, les connecteur logiques et temporels.

Finalement, l'unité six, conforme pour quatre leçons, travaille les savoir-faire de s'assurer de la prise en compte de toutes les prestations, présenter la note au client et répondre à ses demandes de précisions, élaborer un questionnaire d'évaluation des prestations d'hébergement et de restauration, rédiger à l'attention des anciens clients un publipostage de relance) offre d'animation, de promotion, de nouveaux services...). La dernière révision de l'unité, un stagiaire à l'Hôtel de la Paix, les moyens de paiement. La grammaire qui consiste en expressions de l'obligation et de l'interdiction, pronoms personnels directs, expression de la comparaison, présentation et formes linguistiques d'une lettre de vente.

A la fin du livre il y a une section de « Précis grammaticale » conforme pour deuze leçon.

Chapitre III : Le Cadre méthodologique

Le chapitre trois correspondant au cadre méthodologique. Abordera le type d'étude sur lequel sera fondée la comparaison des deux manuels spécialisés sur l'hôtellerie et la restauration.

Seront présentés les collaborateurs qui réaliseront les entretiens avec l'objectif de découvrir quelles sont les interactions communicatives les plus utilisées dans l'hôtel.

Finalement, l'instrument de recherche qui permettra d'obtenir les interactions communicatives sera présenté.

3.1 Type d'étude

Le type d'étude de cette recherche est descriptif - qualitative car on se base sur la perception des sujets interviews. L'instrument de recherche qui sera appliqué pour l'obtention de l'information de ce mémoire est un entretien. Laquelle se réalisera dans « l'Hôtel Real de Naturales » qui est situé à San Pedro Cholula, Puebla. (Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos; Baptista Lucio, María del Pilar., 2014)

L'interview s'exécutera dans l'horaire du travail, qui sont les suivants : le premier service est de 7h00 à 15h00, le deuxième service est de 15h00 à 22h00, et le troisième service de 22h00 à 7h00 ; aussi dans les jours où on a moins de travail, c'est-à-dire de lundi à jeudi. L'hôtel se compose par différentes areas comme : la cuisine, l'entrepôt, la réception, le service de maintenance, gouvernante, femmes de chambres, les serveurs, le restaurant.

Les deux domaines qui ont meilleure contact avec les personnes francophones, sont la réception et le restaurant. C'est pour cela, que l'interview s'exécutera dans ces départements.

3.2 Sujets

Les sujets de la réception et le restaurant qui ont été sélectionnés pour obtenir l'information de l'interaction communicative, ce sont été neuf travailleurs.

De la part de l'équipe du travail au restaurant se compose par cinq personnes :

- **Personne A** : C'est un homme de 36 ans, sa scolarité est lycée et il a travaillé pendant 9 ans à l'hôtel.
- **Personne B** : C'est homme de 29 ans, sa scolarité est lycée et il a travaillé pendant 8 ans à l'hôtel.
- **Personne C** : C'est homme de 63 ans, sa scolarité est primaire et il a travaillé pendant 14 ans à l'hôtel.
- **Personne D** : C'est homme de 19 ans, sa scolarité est secondaire et il a travaillé pendant 1 ans à l'hôtel.
- **Personne E** : C'est homme de 30 ans, sa scolarité est secondaire et il a travaillé pendant 6 ans à l'hôtel.

Pour l'équipe du travail de la réception, il y a quatre :

- **Personne F** : C'est femme de 36 ans, sa scolarité est diplôme en administration du tourisme et elle a travaillé pendant 14 ans à l'hôtel.
- **Personne G** : C'est femme de 24 ans, sa scolarité est lycée et elle a travaillé pendant 6 mois à l'hôtel.
- **Personne H** : C'est homme de 35 ans, sa scolarité est lycée et il a travaillé pendant 16 ans à l'hôtel.
- **Personne I** : C'est femme de 26 ans, sa scolarité est diplôme en communication et elle a travaillé pendant 6 mois à l'hôtel.

Il faut mentionner que personne ne parle français, malgré qu'il existe un besoin pour la communication et le tourisme dans le travail.

3.3 Instrument de recherche

L'interview s'exécutera dans l'horaire du travail, qui sont les suivants : le premier service est de 7h00 à 15h00, le deuxième service est de 15h00 à 22h00, et le troisième service de 22h00 à 7h00 ; aussi dans les jours où on a moins de travail, c'est-à-dire de lundi à jeudi. L'hôtel se compose par différentes areas comme : la cousine, l'entrepôt, la réception, le service de maintenance, gouvernante, femmes de chambres, les serveurs, le restaurant.

L'instrument de la recherche est une interview composée par 12 questions.

La première partie de l'interview a un but spécifique qui est : obtenir information spécifique du travailleur.

La question à l'objectif de connaître la cantique d'hommes ou femmes qui travaillent dans l'hôtel.

Sexo: ___ Hombre ___ Mujer

Cette question a l'intention de connaître le dernier degré d'étude, pour avoir une idée de la connaissance d'une langue étrangère.

- Último grado de estudios:
-

La question suivante posée le poste de travail, afin de savoir s'il a une interaction communicative avec les clients.

- Puesto de trabajo:

Connaître combien de temps la personne a dédié dans le travail de l'hôtellerie.

- Años de servicio en el hotel:

La deuxième partie est formée par 4 questions par rapport à la vie professionnelle des travailleurs de la réception et le restaurant.

La question une s'a réalisé pour connaissance dans quel horaire il y a plus de personne qui parlent français.

Marque con una (X) la respuesta que más coincida con su experiencia.

1. ¿En qué turno labora?

La question deux a pour objectif de connaître quelles activités réalise après de son travail.

2. Realiza otra actividad aparte de trabajar

a. Sí Cuál: _____

b. No

La question trois s'a demandé pour connaitre quels langues les personnes parlent.

3. Usted habla algún otro idioma

a. Sí Cuál: _____

b. No ¿Por qué? _____

La question quatre a l'intention de connaitre si les personnes ont le temps pour étudier autre langue.

4. Dedicar tiempo para estudiar otro idioma

a. Si Cuánto: _____

b. No ¿Por qué? _____

La troisième partie contiens 8 questions ; elle reportera la situation du travail et l'interaction communicative.

La question cinq s'a demandé pour connaitre les intentions communicatives précise.

5. ¿En qué situaciones laborales usted tiene mayor comunicación con los clientes extranjeros?

La question six a l'intention de connaitre les vocabulaires nécessaires aux exigences des invités.

6. ¿Qué servicios e información son los que generalmente le piden?

La question sept s'a demandé pour connaitre combien de personnes francophones arrivent à l'hôtel.

7. ¿Cuántos visitantes aproximadamente de habla francesa ha atendido de enero a diciembre 2018?
-

La question huit a l'intention de connaitre quelles sont les difficultés pour ne pas parler français.

8. Ha encontrado dificultades por no dominar el idioma francés de los clientes
- a. Si Cuáles: _____
- b. No

La question neuf s'a demandé pour connaitre quels sont les stratégies qui sont utilisé pour résoudre le problème de ne pas parler français.

9. ¿Cómo resolvió el problema del desconocimiento del idioma francés?
-

La question dix a l'intention de connaitre si les stratégies marchent bien.

10. Logro satisfacer las necesidades del cliente a pesar de que no domine el idioma francés.
- a. Sí
- b. No

La question onze s'a demandé pour connaître le vocabulaire nécessaire pour réaliser les interactions communicatives en français.

11. Necesita vocabulario específico en francés para atender las necesidades de los clientes

- a. Sí
- b. No

Cuál: _____

La question douze a l'intention de connaître les interactions et le vocabulaire communicatif nécessaires pour répondre aux besoins spécifiques des clients et apporter des solutions à leurs problèmes.

12. Marque cuál de las siguientes interacciones comunicativas necesita en francés

- Dar la bienvenida al hotel
- Registrar a un huésped
- Pedir al huésped que deletree su nombre
- Pedirle al huésped su número de tarjeta
- Confirmar su método de pago
- Indicaciones para llegar a su habitación.
- Dar la clave del wifi
- Confirmar su orden en el restaurante
- Ofrecer una bebida extra

Chapitre IV : L'analyse des manuelles didactiques.

Dans le chapitre numéro quatre intitulé « L'analyse des manuelles didactiques », l'objectif principal est d'analyser et de comparer les contenus thématiques, ainsi que la manière de travailler des deux manuels qui ont été proposés tout au long de cette mémoire.

De plus, seront présentés les résultats de l'entretien des collaborateurs du restaurant et de la réception de l'Hôtel Real de Naturales, où chacune des réponses sera expliquée afin de vérifier quelles sont les interactions communicatives ainsi que les besoins qu'elles présentent.

Enfin, la conclusion et les annexes qui ont été utilisées comme ressource pour soutenir l'enquête seront présentées.

4.1 Analyse comparatif des Manuels de Hôtellerie et restauration

: « Le Français du Tourisme » et « Hôtellerie-Restauration.com »

Dans cette partie de la mémoire, On réalisera une comparaison des livres déjà mentionnés du tourisme. On va comparer les compétences, les unités, les objectifs, s'ils travaillent avec la perspective actionnelle ou compétence communicative et s'ils ont la tâche.

	Le Français du Tourisme	Hôtellerie-Restauration.com
Compétence	Le livre montre les compétences comme savoir-faire professionnel de chaque unité. Les mêmes correspondent à les compétences A2 du Cadre Européen Commun	Le livre présente les compétences comme savoir-faire en chaque leçon. À la fin de chaque unité, on réalisera une révision de leurs connaissances. Ils coïncident avec le niveau A2 du Cadre Européen Commun.
Unités	Il se compose du cinq modules, chaque module consiste en 2 unités qui a 12 exercices. La dernière unité contient des exemples d'épreuves pour le certificat de	Il est conformé par six unités et chaque unité contient entre cinq et six leçons, plus, le point grammatical, le point professionnel, le scénario professionnel, pour aller plus loin.

	Français du Tourisme et de l'hôtellerie.	
Objectif	Permettre à l'apprenant de découvrir le monde du tourisme, de renforcer et d'enrichir ses savoir tout en développant ses savoir-être et ses savoir-faire communicatifs et professionnels.	Amener en 120 heures les apprenants à communiquer en français dans des situations courantes des professions de l'hôtellerie et de la restauration.
Perspective actionnelle / compétence communicative	Le livre présente différents types d'activités pour renforcer les connaissances acquises dans chaque module ; pour cette raison, sa méthodologie du travail est compétence communicative.	La méthodologie du travail du livre est compétence communicative, pour les activités que le livre propose, aussi, la perspective actionnelle, car à la fin de chaque unité de travail, il présente la section du scénario professionnel avec quelques tâches à faire.
Tâche	Non, le livre présente des activités complémentaires telles que compléter la déclaration, écrire une lettre, entre autres.	Oui, parce qu'il propose des activités telles que des entretiens avec des clients français pour connaître leurs principales réclamations ou avec un hôtel

		sur son processus de réservation.
--	--	-----------------------------------

Les deux livres ont des informations et des caractéristiques qui les distinguent, les deux coïncident avec la certification de Français du Tourisme et de l'Hôtellerie (CFTH). Les deux sont de niveau A2 du Cadre européen commun de référence pour l'apprentissage.

Le Français du Tourisme, montre les compétences comme savoir-faire professionnel de chaque unité. La différence entre le livre Hôtellerie-Restaurant.com est présente les compétences comme savoir-faire en chaque leçon. À la fin de chaque unité, on réalisera une révision de leurs connaissances.

Français du Tourisme se compose du cinq modules, chaque module consiste en 2 unités qui a 12 exercices. La dernière unité contiennent exemples d'épreuves pour le certificat de Français du Tourisme et de l'hôtellerie. Le livre Hôtellerie-Restaurant.com, aussi, est conformé par six unités et chaque unité contiennent entre cinq et six leçon, plus, le point grammatical, le point professionnel, scénario professionnel, pour aller plus loin.

Français du Tourisme dit que en 120 heures les apprenants à communiquer en français dans des situations courantes des professions de l'hôtellerie et de la restauration. Par autre part, Hôtellerie-Restaurant.com, permettre à l'apprenant de

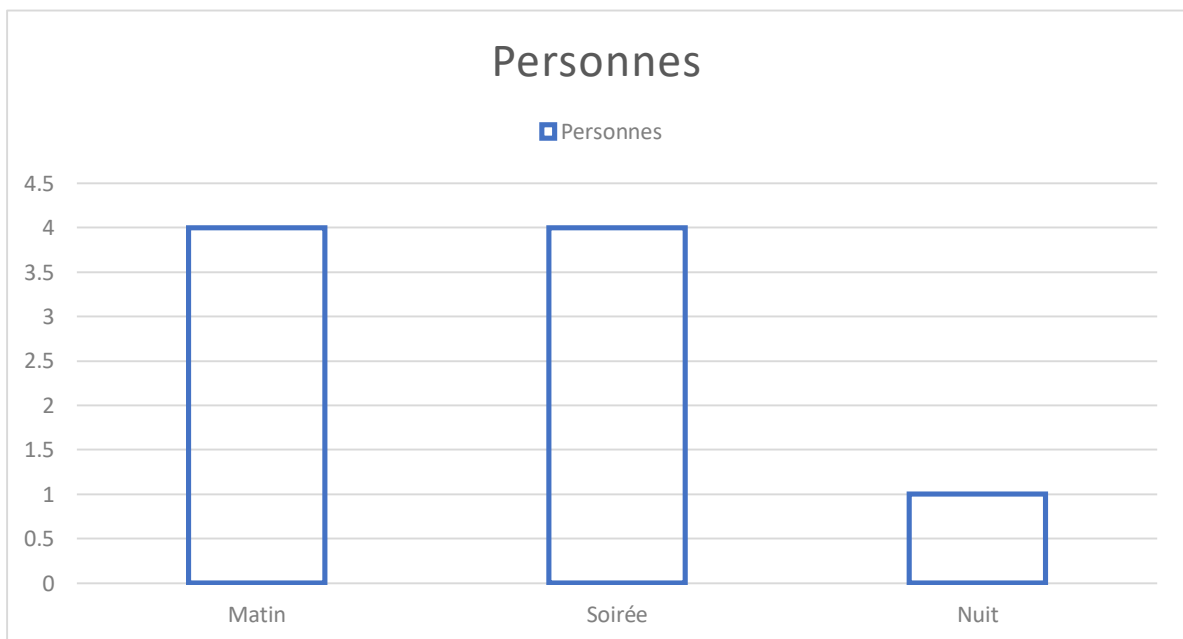
découvrir le monde du tourisme, de renforcer et d'enrichir ses savoirs tout en développant ses savoir-être et ses savoir-faire communicatifs et professionnels.

Les deux livres présentent différents types d'activités pour renforcer les connaissances acquises dans chaque module et la méthodologie du travail est compétence communicative, Hôtellerie-Restoration.com offre une perspective actionnelle, car présente la section du scénario professionnel avec quelques tâches à faire.

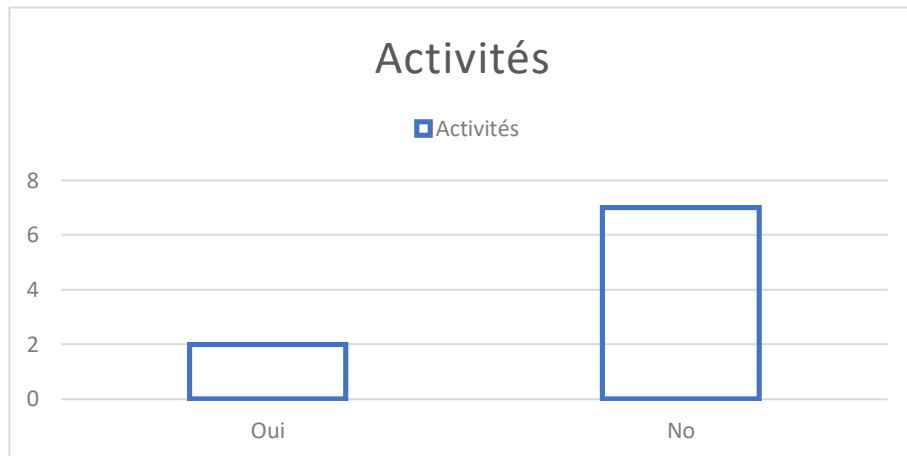
4.2 Résultats : des enquêtes.

Les résultats de l'enquête effectuée auprès de huit employés de l'Hôtel Real de Naturales seront présentés ci-dessous avec une brève explication et un graphique à barres.

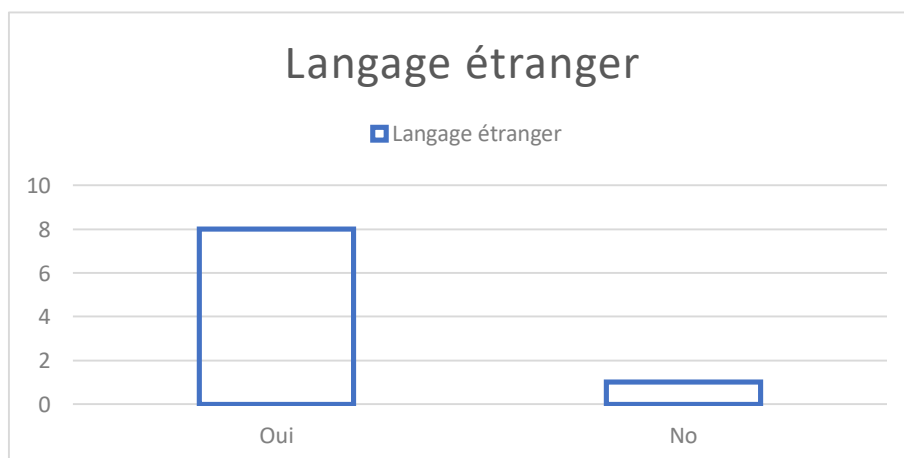
La question une donne les résultats suivants : quatre personnes travaillent pour le matin, quatre pour la soirée et une personne pour la nuit. C'est à dire, la plupart des collaborateurs travaillent de 7h00 à 22H00, pendant cette journée de travail est plus susceptible d'avoir des interactions communicatives.



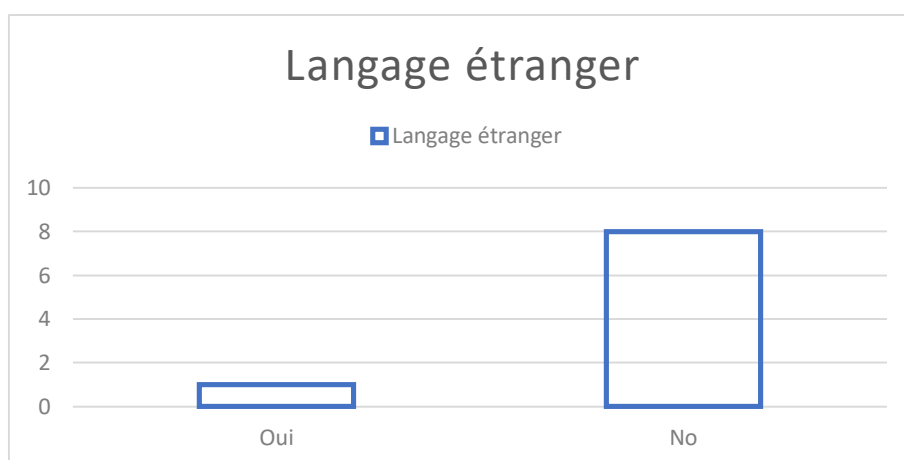
La question deux partage la suivante réponse : uniquement deux personnes réalisent des activités différentes après ou avant de travailler qui sont étudier la licence et prendre un cours de danser.



La question trois communique la suivante réponse : Huit personnes ont répondu qui parlent anglais entre 20% et 30%, c'est important mentionner qu'on trouve dans la question un problème concernant à la médiation du niveau d'un langage étranger, c'est-à-dire, les interviewé(e)s utilise de pourcentage pour la médiation.



La question quatre montre que seule une personne étudie une autre langue à l'école, car, l'anglais comme langue étrangère est dans le programme d'études. La plupart des collaborateurs ont appris une autre langue grâce aux interactions communicatives qu'ils ont eues avec les invités.



La question cinq porte sur les interactions communicatives entre les employés et les clients, dans lesquelles ils écartent les réponses suivantes, remplir l'inscription pour accorde une chambre, décrire une chambre, donner des informations sur l'hôtel, donner des informations sur les lieux à visiter, décrire un plat, confirme la quantité à payer.

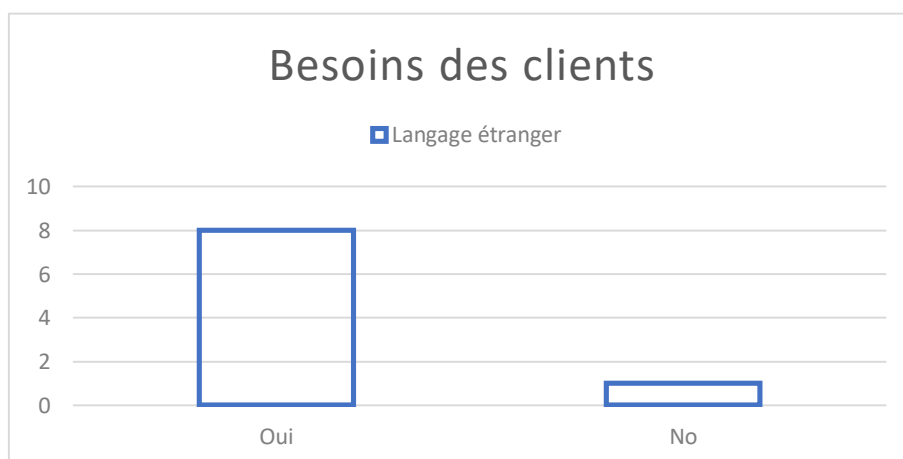
La question six, lorsqu'elle est ouverte, donne trop de réponses, dans lesquelles les réponses suivantes ressortent : demander des informations touristiques telles qu'un endroit pour manger, des visites de la ville, où passent les bus, des devises, d'autre part, les besoins des clients tels que des serviettes, du shampoing, du savon et room services.

La question sept : Selon les enregistrements de l'hôtel dans sa base de données, une moyenne de 50 personnes francophones arrive à l'hôtel par an, sans compter celles qui s'inscrivent par l'intermédiaire de nationaux.

La question huit à la suivante réponse : Les travailleurs ont éprouvé des difficultés à ne pas parler français, par exemple pour répondre aux besoins des clients, apporter des choses différentes de ce qu'ils demandaient.

Les travailleurs ont répondu la question neuf les stratégies qu'ils utilisent pour résoudre le problème sont le traducteur ou la réalisation d'un mélange de langues entre l'espagnol et l'anglais.

La réponse de la question dix est oui, malgré les lacunes de la langue française, la plupart des travailleurs ont réussi à répondre aux besoins des clients.



Le vocabulaire nécessaire qui concerne à la question onze est : les chiffres, la description de l'hôtel, la nourriture, les lieux touristiques, les directions,

La dernière question contient 9 options qui peuvent être répétitives lors d'interactions communicatives avec des clients français. De la part des travailleurs, toutes les options ont été cochées.

Les résultats de l'enquête démontrent la nécessité de maîtriser certaines interactions communicatives afin de satisfaire les clients francophones, ainsi qu'un vocabulaire hôtelier spécifique qui les aidera à fournir un meilleur service à la clientèle.

Conclusions

Les conclusions suivantes ont été obtenues afin de compléter l'étude comparative entre les manuels didactiques d'hôtellerie et restauration en France langue étrangère. Pour cela on répondra les questions de la recherche :

À quoi consiste la théorie de l'interaction communicative ?

L'interaction communicative est un processus de communication entre deux ou plusieurs personnes, qui comprend un langage verbal qui peut être écrit ou oral, qui présente un émetteur, un récepteur, un message, un contexte, un canal et un code. Le langage non verbal est conformé par l'expression corporelle comme les mouvements de la tête, les expressions faciales, entre autres. Le langage paraverbale qui comprend l'intonation et les inflexions de la voix, les distances, la vitesse à laquelle on parle, les pauses, la synchronisation des gestes.

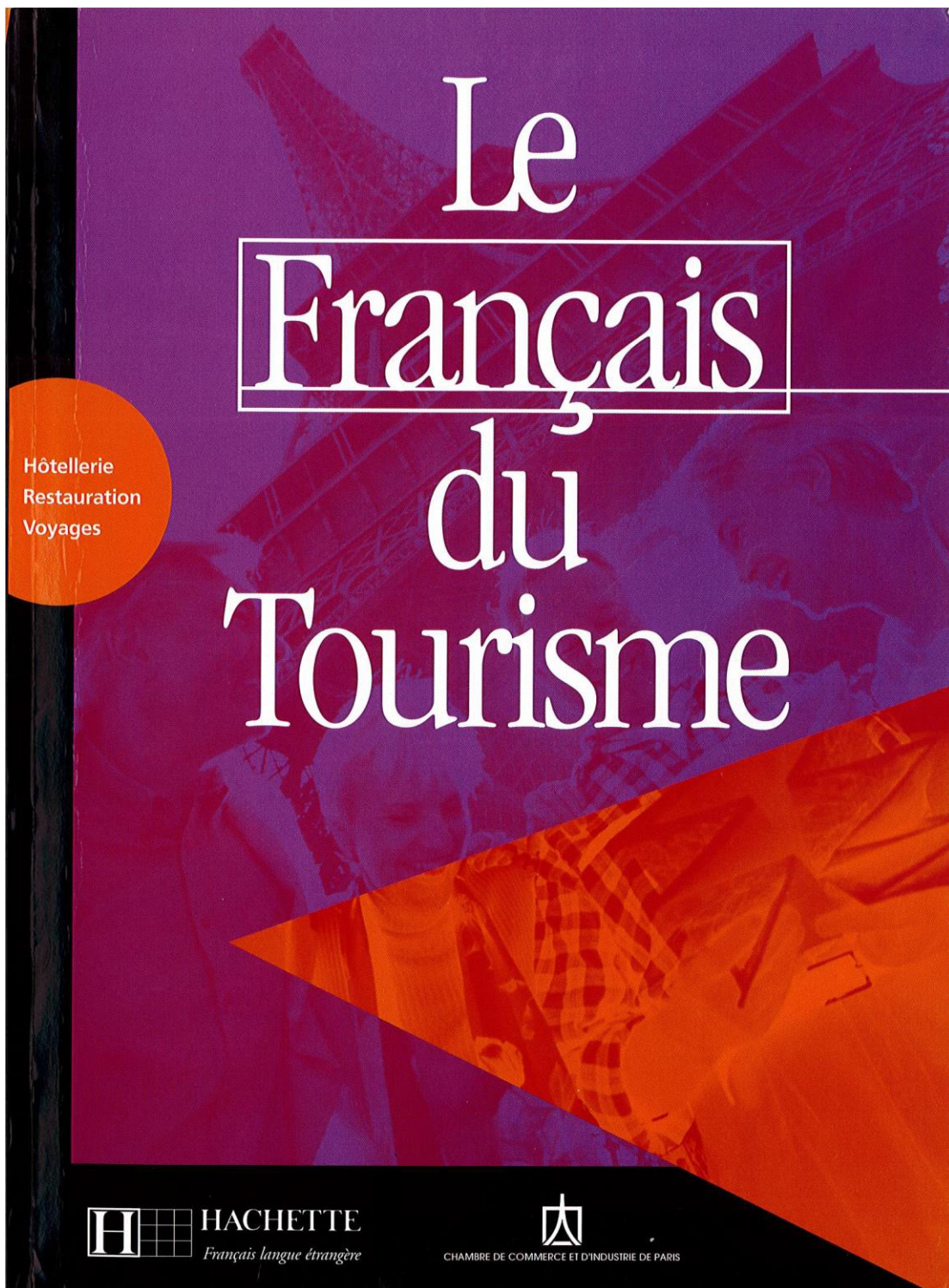
Quelles sont-elles les besoins d'interaction communicative dans le domaine de l'hôtellerie et la restauration dans l'hôtel « Real de Naturales » ?

Les interactions communicatives suivantes sont nécessaires dès la réception : accueillir les clients à l'hôtel, les informer sur la manière de remplir le formulaire d'inscription pour les chambres, donner des indications sur les sites touristiques, donner le change.

Du côté du restaurant, vous avez besoin : d'une présentation qu'on va vous servir, d'expliquer comment les plats sont préparés, de demander si vous avez des allergies, de donner le montant total de la facture, de demander le mode de paiement.

Quelles situations d'interaction communicative dans les méthodes « Le Français du Tourisme » et « Hôtellerie-Restauration.com » sont efficaces ?

Le livre qui convient le mieux aux besoins de l'hôtel « Real de Naturales » est « Hôtellerie-Restauration.com », parce qu'il est efficace des situations communicatives qu'il présente, telles que : accueillir les clients à l'hôtel, les informer sur la manière de remplir le formulaire d'inscription pour les chambres entre autres. Personnellement, on pense que le livre Hôtellerie-Restauration.com représente mieux les interactions communicatives, la compétence qu'on proposera de plus, il serait les phonèmes de la prononciation.



Sommaire

1

MODULE

Découvrir le monde du tourisme • Testez vos connaissances !

Unité 1 : Les acteurs, les métiers, les lieux pp. 10-18	
Savoir-faire professionnels	Documents professionnels
<ul style="list-style-type: none"> • Identifier les partenaires du tourisme, leurs fonctions, leurs prestations • Identifier les tâches et les situations de communication 	<ul style="list-style-type: none"> • Présentation radiophonique d'un partenaire institutionnel • Présentation radiophonique des principaux types de tourisme • Présentation radiophonique des différents types de voyages d'affaires
Unité 2 : Le marché du travail pp. 19-26	
Savoir-faire professionnels	Documents professionnels
<ul style="list-style-type: none"> • Repérer les informations relatives à un parcours professionnel • Analyser une offre d'emploi, proposer sa candidature, se préparer à un entretien d'embauche 	<ul style="list-style-type: none"> • Présentations et portraits écrits • Offres d'emploi, annonces • Curriculum vitae

2

MODULE

Accueillir et assister le touriste • Testez vos connaissances !

Unité 1 : L'accueil et l'assistance pp. 30-38	
Savoir-faire professionnels	Documents professionnels
<ul style="list-style-type: none"> • Identifier les différents types de clients, comprendre la demande, réagir en professionnel • Identifier et fournir le document utile • Répondre par écrit à une demande de renseignements, annoncer une pièce jointe 	<ul style="list-style-type: none"> • Brochures, dépliants, circuits, encarts, affiches, fiches des horaires et des tarifs, programmes culturels et de loisirs, guides des restaurants et des hôtels, plans de ville • Fiches de renseignements • Lettres, fax (télécopies), courriers électroniques (e-mail)
Unité 2 : Les transports, les horaires, les programmes pp. 39-47	
Savoir-faire professionnels	Documents professionnels
<ul style="list-style-type: none"> • Identifier les transporteurs, leurs moyens de transport, leurs prestations • Rechercher et communiquer des renseignements sur les transports, les horaires, les titres de transport • Rechercher et communiquer des renseignements sur les programmes culturels et de loisirs 	<ul style="list-style-type: none"> • Sites Internet • Fiches horaires • Fiches de renseignements • Présentation du mode de consultation et de réservation en ligne : le-tourisme • Présentation des conditions d'annulation et de remboursement des billets d'avion • Programmes culturels et de loisirs • Lettres
Unité 3 : L'hôtellerie, la restauration, la gastronomie pp. 48-56	
Savoir-faire professionnels	Documents professionnels
<ul style="list-style-type: none"> • Identifier des informations précises à partir d'un document informatif • Identifier des informations précises lors d'une conversation ou d'une présentation orale • Répondre avec précision aux demandes des clients 	<ul style="list-style-type: none"> • Guide des établissements hôteliers • Cartes, menus • Carte de France : les indicatifs téléphoniques des régions • Guide des restaurants

3

MODULE

Concevoir un produit touristique • Testez vos connaissances !

Unité 1 : L'offre d'itinéraires, d'excursions, de circuits pp. 60-68	
Savoir-faire professionnels	Documents professionnels
<ul style="list-style-type: none"> • Analyser l'offre de prestations • S'informer auprès des producteurs • Concevoir un produit pour un client 	<ul style="list-style-type: none"> • Brochures • Excursions, circuits • Lettres
Unité 2 : L'offre d'animations culturelles et de loisirs pp. 69-73	
Savoir-faire professionnels	Documents professionnels
<ul style="list-style-type: none"> • Analyser l'offre d'animations culturelles et de loisirs • S'informer auprès des organisateurs • Concevoir un programme d'animation pour un client 	<ul style="list-style-type: none"> • Présentation radiophonique d'un programme musical • Calendrier des manifestations, fêtes et événements • Programme d'animation
Unité 3 : L'offre d'hébergement et de restauration pp. 74-84	
Savoir-faire professionnels	Documents professionnels
<ul style="list-style-type: none"> • Analyser l'offre d'hébergement et de restauration • S'informer auprès des hôteliers et des restaurateurs • Concevoir un produit d'hôtellerie ou de restauration pour un client 	<ul style="list-style-type: none"> • Feuillelet des prestations et des tarifs hôteliers • Feuillelet des formes d'hébergement • Forfait, formule • Recette • Cartes et menus

4

MODULE

Assurer la vente et l'après-vente • Testez vos connaissances !

Unité 1 : La vente des prestations et des services pp. 88-96	
Savoir-faire professionnels	Documents professionnels
<ul style="list-style-type: none"> • Connaître le client et préciser ses besoins, repérer les stratégies de vente d'un produit, analyser une situation commerciale • Effectuer une réservation, préparer une cotation pour une réservation, prendre une commande • Modifier ou annuler une réservation, une commande, informer un prestataire, avertir un client 	<ul style="list-style-type: none"> • Tract publicitaire • Formulaire de réservation hôtelière • Lettres • Fiche de réservation informatique • Formulaire de demande de cotation
Unité 2 : Le paiement pp. 97-102	
Savoir-faire professionnels	Documents professionnels
<ul style="list-style-type: none"> • Savoir parler des prix et des tarifs • Connaître et expliquer les moyens de paiement • Connaître et expliquer les procédures de règlement et de remboursement 	<ul style="list-style-type: none"> • Tract publicitaire • Facture • Présentation du fonctionnement des chèques-vacances par l'Agence nationale pour les chèques-vacances (ANCV) • Présentation de la réservation et de l'achat de billets électroniques en ligne • Formulaire précisant les conditions d'annulation et de remboursement • Formulaire expliquant les conditions de réservation et de facturation
Unité 3 : Les réclamations pp. 103-108	
Savoir-faire professionnels	Documents professionnels
<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre l'objet d'une réclamation • Formuler une réclamation et aviser le client • Répondre à une réclamation 	<ul style="list-style-type: none"> • Lettres de réclamation • Facture

5

MODULE

Promouvoir le produit et fidéliser le client • Testez vos connaissances !

Unité 1 : Promouvoir l'entreprise, son image, ses produits pp. 112-117	
Savoir-faire professionnels	Documents professionnels
<ul style="list-style-type: none"> • Connaître une entreprise et ses produits et en caractériser les atouts • Valoriser l'image et les produits d'une entreprise • Concevoir des messages promotionnels : courte annonce, texte et encart publicitaires 	<ul style="list-style-type: none"> • Encarts publicitaires • Article de journal • Annonce publicitaire radiophonique • Textes promotionnels • Fiche technique
Unité 2 : Connaître et faire connaître le pays pp. 118-125	
Savoir-faire professionnels	Documents professionnels
<ul style="list-style-type: none"> • Connaître et faire connaître le pays et ses caractéristiques : démarches à entreprendre, précautions particulières et recommandations utiles, traditions, coutumes, attitudes... • Valoriser l'image et les atouts d'une destination : l'histoire, les gens, le climat, la faune, la flore... • Concevoir des messages promotionnels oraux ou écrits sur une destination 	<ul style="list-style-type: none"> • Conférence sur les conseils sanitaires par un praticien de la médecine du voyage • Textes, annonces, encarts publicitaires • Fiches d'information
Unité 3 : Fidéliser le client pp. 126-132	
Savoir-faire professionnels	Documents professionnels
<ul style="list-style-type: none"> • Analyser une action de fidélisation • Sélectionner des produits pour des clients ciblés • Concevoir et rédiger une lettre de fidélisation 	<ul style="list-style-type: none"> • Document publicitaire • Slogans publicitaires • Messages promotionnels • Questionnaire de qualité

6

MODULE

Exemples d'épreuves pour le Certificat de Français du Tourisme et de l'Hôtellerie

Types d'épreuves	Objectifs
Compréhension orale p. 134	• Montrer que l'on est capable de saisir, à vitesse normale, des informations simples mais ciblées, issues d'un enregistrement sonore, qui pourront être réutilisées pour renseigner le touriste.
Compréhension écrite p. 135	• Comprendre un texte écrit issu d'un document touristique ; pouvoir participer à la rédaction d'un texte promotionnel, en y insérant à bon escient les données et le lexique proposés.
Expression écrite pp. 136-137	<ul style="list-style-type: none"> • Concevoir et rédiger une lettre promotionnelle type à partir d'une situation et d'éléments d'information donnés. • Analyser une demande et ses contraintes, réfléchir sur les propositions à faire, évaluer et indiquer le prix des prestations. • Montrer que l'on est capable de réutiliser des informations professionnelles factuelles et de les présenter sous forme de texte construit, en tenant compte de sa fonctionnalité.
Expression orale pp. 138-139	• Montrer que l'on est capable de lire un document d'information professionnelle, de poser des questions utiles pour cerner les besoins et les goûts du client, de proposer des prestations et de convaincre de leur intérêt.



9 Que font-ils ?

A. Identifiez le métier à partir des domaines, des lieux et des activités mentionnés.

Domaine d'activité	Lieu	Activité(s)	Métier
Restauration	Restaurant	Accueille et conseille les clients, surveille le service.	<i>Maître d'hôtel</i>
	Restaurant	Conseille les clients sur les vins et les boissons qui accompagnent les plats choisis.	
	Cuisine	Est responsable de sa brigade.	
	Bar	Sert les boissons aux clients.	
Hébergement	Réception	Accueille le client, se charge des réservations, présente la note.	
	Étage	Est en contact avec les clients et veille à la propreté des chambres.	
	Hall de l'hôtel	Accueille, renseigne et aide les clients.	
Transport	Train	Vérifie les billets et les réservations.	
	Agence de location	Loue des voitures.	
	Avion	S'occupe du bien-être des passagers pendant le vol.	
Animation	Club de vacances	Organise des jeux.	
	Agence de voyages	Renseigne sur des voyages et les vend.	
	Terrain de sport	Apprend à pratiquer un sport.	
	Syndicat d'initiative	Renseigne sur les activités touristiques en ville.	
	En route et à destination	Explique et commente un itinéraire, fait découvrir les curiosités d'une ville.	

hôtesse de l'air guide *sommelier* concierge garçon
 moniteur ANIMATEUR loueur
 réceptionniste ~~maître d'hôtel~~ chef cuisinier/chef
 contrôleur gouvernante employé d'un OT ou d'un SI
 agent de comptoir/de voyages

Une brigade : À la cuisine, à la réception, tout doit fonctionner dans l'ordre et avec discipline. Chacun remplit sa tâche et obéit au chef.

B. Complétez les phrases avec le verbe à la forme qui convient.

servir – conseiller – apprendre – s'occuper – renseigner – organiser – prendre – diriger – s'occuper – surveiller

1. Les garçons les clients au bar.
2. Les moniteurs à pratiquer un sport aux touristes sportifs.
3. Dans le hall d'un grand hôtel, vous trouvez un concierge qui des clients.
4. Si vous avez des questions sur des monuments, les guides vous
5. Le Club Méditerranée est réputé pour ses animateurs qui de nombreux jeux.

Le Français du Tourisme

Un instrument de travail concret et motivant qui propose plus de 200 activités pratiques conçues autour des divers métiers du tourisme.

Le français du tourisme s'adresse à des étudiants de filières généralistes ou professionnelles ou à des apprenants déjà insérés dans la vie active, qui ont atteint le niveau A2 du Cadre européen commun de référence pour l'apprentissage, l'enseignement et l'évaluation des langues (200 heures de cours environ).

Le français du tourisme est un outil pratique qui permet :

- de renforcer et d'enrichir ses savoirs tout en développant ses savoir-être et ses savoir-faire communicatifs et professionnels dans le domaine du tourisme et de l'hôtellerie,
- de développer des stratégies de travail en autonomie ou en groupe pour réaliser des tâches concrètes grâce à des mises en situation et à des activités variées.

Le français du tourisme prépare au Certificat de Français du Tourisme et de l'Hôtellerie (CFTH) de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris (CCIP).

Organisé en cinq modules thématiques qui peuvent être abordés linéairement ou indépendamment les uns des autres, **Le français du tourisme** comprend :

- 1 livre d'activités
- 1 cassette audio ou 1 CD audio (enregistrement des activités orales)



15/5226/4



Le photocopillage, c'est l'usage abusif et copicif de la photocopie sans autorisation des éditeurs. Largement répandu dans les établissements d'enseignement, le photocopillage menace l'avenir du livre, car il met en danger son équilibre économique et prive les auteurs d'une juste rémunération.

En dehors de l'usage privé du copiste, toute reproduction totale ou partielle de cet ouvrage est interdite.

Sophie Corbeau
Chantal Dubois
Jean-Luc Penfornis
Laurent Semichon

hôtellerie-restauration.com



méthode de français professionnel de l'hôtellerie et de la restauration

CLE
INTERNATIONAL

Tableau des contenus

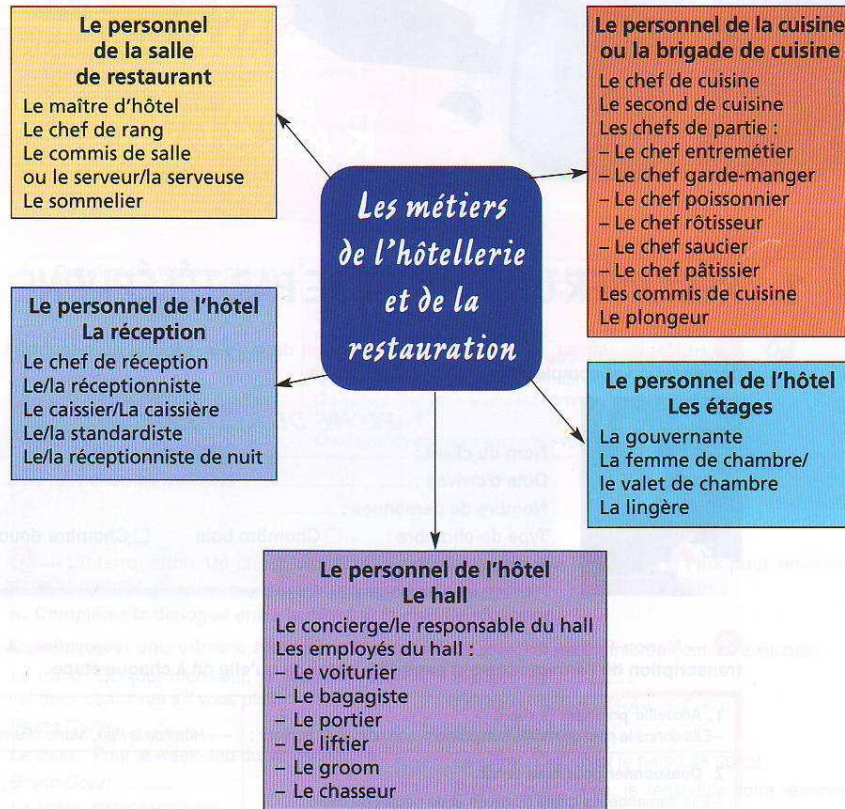
Unité	Leçon	Page	Savoir-faire	Grammaire
Descriptif de l'Hôtel de la Paix		6		
Organigramme de l'Hôtel de la Paix		7		
1 Bienvenue à l'hôtel de la paix p. 8	1. Le personnel	8	Se présenter/Présenter quelqu'un Présenter son métier	Indicatif présent (1) <i>C'est/Il est</i>
	2. L'établissement	10	Présenter les principales caractéristiques d'un hôtel	Articles définis et indéfinis
	Faites le point grammatical	12		
	Faites le point professionnel	12	Révisions de l'unité 1.	
	Pour aller plus loin	13	Les métiers de l'hôtellerie et de la restauration	
2 Réservation p. 14	1. Réserver une chambre par téléphone	14	Questionner le client pour servir Remplir une fiche de réservation	L'interrogation
	2. Réserver une table au restaurant	16	Informé sur les horaires Prendre en note la réservation d'une table	Expression du temps : heures et dates
	3. Réserver par Internet	18	Comprendre et écrire un message électronique	Adjectifs possessifs
	4. Confirmer une réservation	20	Écrire une lettre commerciale Détailer des prestations	Forme linguistiques de la lettre commerciale
	5. Refuser une réservation	22	S'excuser de ne pas satisfaire une demande de réservation Justifier	Forme négative : <i>ne... pas, ne... plus, ne... rien, ne... jamais</i>
	6. Modifier ou annuler une réservation	24	Modifier ou annuler un dossier de réservation Rappeler au client ses obligations	Indicatif passé composé
	Faites le point grammatical	26		
	Faites le point professionnel	27	Révisions de l'unité 2.	
	Scénario professionnel	28	<i>Un stagiaire à l'Hôtel de la Paix</i>	
	Pour aller plus loin	29	La réservation hôtelière à la loupe	
3 Accueil p. 30	1. Accueillir un client	30	Prendre contact Prendre en charge le client Prendre congé	Les nombres ordinaux et cardinaux
	2. Accueillir un groupe	32	Prendre contact avec le responsable du groupe Distribuer les chambres et les bagages	Futur proche Indicatif futur simple La localisation
	3. Installer un client dans sa chambre	34	Accompagner un client dans sa chambre Décrire l'équipement d'une chambre S'assurer que le client est satisfait des prestations offertes	Accord des adjectifs qualificatifs
	4. Produits et messages d'accueil	36	Comprendre et écrire des messages d'accueil Connaître les produits d'accueil	Adjectifs démonstratifs
	5. Accueillir au restaurant	38	Prendre en charge le client : installer le client à la table, présenter la carte	Expression du lieu : prépositions Les articles contractés Les adjectifs de couleur
	6. Accueillir au standard	40	Bien accueillir au téléphone : se présenter, faire patienter, demander le nom, prendre congé Prendre en note un message	Indicatif présent (2)
	Faites le point grammatical	42		
	Faites le point professionnel	43	Révisions de l'unité 3.	
	Scénario professionnel	44	<i>Un stagiaire à l'Hôtel de la Paix</i>	
	Pour aller plus loin	45	Accueillir une clientèle internationale	
4 Services p. 46	1. Présenter les équipements de l'hôtel	46	Informé le client sur les différents services et équipements de l'hôtel	Pronoms relatifs simples : <i>qui/que/qu'/où</i>
	2. Prendre une commande à l'étage	48	Prendre note d'une commande petit-déjeuner par téléphone	Articles partitifs
	3. Informer sur les curiosités locales	50	Caractériser les tâches professionnelles du métier de concierge Indiquer le chemin	Impératif présent
	4. Assurer le service à l'étage	52	Caractériser les tâches professionnelles des métiers de gouvernante et de femme de chambre Répondre aux demandes des clients à l'étage	Nominalisations
	5. Décrire un plat	54	Nommer les différentes catégories d'aliments Caractériser un plat	Prépositions à et de dans les noms des plats
	6. Prendre une commande au restaurant	56	Aider le client à choisir, s'enquérir de ses goûts, donner des conseils Prendre en note la commande Écrire un bon de commande	Pronoms personnels indirects
	Faites le point grammatical	58		
	Faites le point professionnel	59	Révisions de l'unité 4.	
	Scénario professionnel	60	<i>Un stagiaire à l'Hôtel de la Paix</i>	
	Pour aller plus loin	61	Les services de l'hôtel	

Unité	Leçon	Page	Savoir-faire	Grammaire	
5 Réclamations p. 62	1. Garçon s'il vous plaît !	62	Comprendre les requêtes des clients pendant leur repas et y répondre Savoir dresser une table	Pronom personnel <i>en</i>	
	2. Réclamations par courrier électronique	64	Comprendre les messages électroniques de réclamations des clients	Indicatif imparfait et passé composé	
	3. Clients mécontents au restaurant	66	Comprendre les réclamations des clients (service, cuisine, boisson), s'excuser et envisager une réparation	Expression de la quantité : <i>peu/assez/beaucoup/trop</i>	
	4. Rien ne va plus à la réception !	68	Faire face à des dysfonctionnements (surréservation, chambre pas prête, délogement...) S'excuser et proposer une réparation	Expression du temps : <i>il y a, depuis, pendant, dans, au bout de, en, jusqu'à</i>	
	5. Zéro défaut à l'étage	70	Comprendre le travail du personnel d'étage : éléments contrôlés dans les chambres	Forme passive	
	6. Lettre d'excuse	72	Rédiger une lettre d'excuse suite à une réclamation	Les connecteurs logiques et temporels	
	Faites le point grammatical	74			
	Faites le point professionnel	75	Révisions de l'unité 5.		
	Scénario professionnel	76	<i>Un stagiaire à l'Hôtel de la Paix</i>		
Pour aller plus loin	77	Le comportement à adopter face à un client mécontent			
6 Départ p. 78	1. Préparer le départ du client	78	S'assurer du départ d'un client, lui faciliter ses démarches et lui rappeler ses obligations	Expressions de l'obligation et de l'interdiction	
	2. Présenter la note	80	S'assurer de la prise en compte de toutes les prestations Présenter la note au client et répondre à ses demandes de précisions	Pronoms personnels directs	
	3. Évaluer les prestations	82	Élaborer un questionnaire d'évaluation des prestations d'hébergement et de restauration	Expression de la comparaison	
	4. Toujours en contact !	84	Rédiger à l'attention des anciens clients un publipostage de relance (offre d'animation, de promotion, de nouveaux services...)	Présentation et formes linguistiques d'une lettre de vente	
	Faites le point grammatical	86			
	Faites le point professionnel	87	Révisions de l'unité 6		
	Scénario professionnel	88	<i>Un stagiaire à l'Hôtel de la Paix</i>		
	Pour aller plus loin	89	Les moyens de paiement		
Précis grammatical p. 90	1. Le nom			90	
	2. Les déterminants			91	
	3. L'expression de la quantité			92	
	4. L'adjectif qualificatif			93	
	5. Le verbe : modes et temps			94	
	6. L'interrogation			95	
	7. La négation			96	
	8. L'expression de la comparaison			97	
	9. L'expression du lieu			98	
	10. L'expression du temps			99	
	11. Les pronoms personnels			100	
	12. Les pronoms relatifs			101	

Les expressions de la correspondance hôtelière	102
Tableau des conjugaisons	106
Lexique de l'hôtel	109
Lexique du restaurant	111
Lexique du vin	114
Transcription des enregistrements	118

POUR ALLER PLUS LOIN

LES MÉTIERS DE L'HÔTELLERIE ET DE LA RESTAURATION



Que font-ils ? Choisissez la bonne réponse.

<p>a. Le sommelier</p> <p>1. C'est le spécialiste du vin. 2. Il garde l'hôtel la nuit.</p>	<p>c. Le liftier</p> <p>1. Il gare les voitures des clients au garage. 2. Il actionne les ascenseurs.</p>	<p>e. La standardiste</p> <p>1. Elle reçoit les appels téléphoniques et transmet les messages. 2. Elle prend les réservations des clients.</p>
<p>b. Le garde-manger</p> <p>1. Il est responsable des plats et sauces froids. 2. Il est responsable des réfrigérateurs.</p>	<p>d. La lingère</p> <p>1. Elle lave et repasse les draps et les serviettes de l'hôtel. 2. Elle range les vêtements des clients.</p>	<p>f. Le chasseur</p> <p>1. Il est chargé des courses à l'intérieur de l'hôtel pour les clients. 2. Il est chargé des courses à l'extérieur de l'hôtel pour les clients.</p>

4 ... Manon Perrier sait poser les bonnes questions. Pour chaque question, trouvez la réponse du client.



Questions de la réceptionniste

1. Pour quelle date, monsieur ?
2. Pour combien de personnes ?
3. Souhaitez-vous une chambre avec bain ou une chambre avec douche ?
4. Souhaitez-vous réserver maintenant ?
5. Quel est votre nom, monsieur ?
6. Est-ce que vous avez un numéro de téléphone ?
7. Ça vous convient ?
8. Quand pensez-vous arriver ?

Réponses du client



- a. Oui, c'est le 06 55 88 27 11.
- b. Le soir, à 19 heures ou 20 heures.
- c. Joffard, J-O-2F-A-R-D.
- d. C'est parfait.
- e. Oui, s'il vous plaît.
- f. Pour les nuits du 24 et du 25 novembre.
- g. Je préfère une chambre avec bain.
- h. Pour deux personnes.

L'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> souhaitez-vous comme chambre ? (<i>soutenu</i>) <i>Qu'est-ce que</i> vous souhaitez comme chambre ? (<i>courant</i>) - Quel(le)s ? <i>Quel</i> type de chambre souhaitez-vous ?

☞ Voir L'interrogation, page 95.

5 ... L'interrogation. Un client, Monsieur Galecki, téléphone à l'Hôtel de la Paix pour réserver deux chambres.

a. Complétez le dialogue entre le client et le chef de réception.

Bruno Cozzi : _____

Le client : Bonjour monsieur, je voudrais réserver deux chambres s'il vous plaît.

Bruno Cozzi : _____

Le client : Pour le week-end du 12 décembre.

Bruno Cozzi : _____

Le client : Pour deux nuits.

Bruno Cozzi : _____

Le client : Pour quatre personnes.

Bruno Cozzi : _____

Le client : Deux chambres doubles avec bain.

Bruno Cozzi : _____

Le client : Galecki, G-A-L-E-C-K-I.

Bruno Cozzi : _____

Le client : Oui, c'est le 04 93 45 90 08.

Bruno Cozzi : Bien, je récapitule votre réservation Monsieur Galecki : _____

Le client : C'est parfait.

Bruno Cozzi : _____

Le client : À bientôt.



2.2

b. Écoutez et vérifiez vos réponses.



2.3

6 ... Quel est votre nom, s'il vous plaît ? Écoutez et complétez les noms de famille.

7 ... Vous êtes à la réception d'un hôtel de votre pays. Un client téléphone pour réserver. Posez les questions et informez le client afin de conclure une réservation. Jouez cette situation à deux.

COMMENT DIRE

POUR ÉPELER FACILEMENT

é : e accent aigu è : e accent grave
ê : e accent circonflexe ç : c cédille
ll : deux l - : trait d'union ' : apostrophe
b : [be] minuscule B : [be] majuscule
Monsieur Le Bon : Le **plus loin** Bon (*ou*) Le Bon **en deux mots**
Pour épeler un nom, vous pouvez dire :
M.L.I, **L** comme Luxembourg, **I** comme Italie.

2

RÉSERVER UNE TABLE AU RESTAURANT



1 ... Bruno Cozzi, le chef de réception, renseigne une cliente de l'hôtel sur les horaires d'ouverture du restaurant. Écoutez et notez les horaires.

RESTAURANT DE L'HÔTEL DE LA PAIX

Heures de service des repas

Petit-déjeuner :
de 7 h 30
à 10 h 00

Déjeuner : _____

Dîner : _____

L'EXPRESSION DU TEMPS

• L'heure

Quelle heure est-il ?

Il est vingt heures trente/**Il est** huit heures et demie.

À quelle heure déjeunez-vous ? **À** midi.

Nous servons **de** midi **à** deux heures.

• Le jour/la date

Je voudrais réserver une table pour **lundi**.

Pour quelle date souhaitez-vous réserver ?

Pour **le** premier octobre/**le** deux octobre.

Notre restaurant est ouvert dimanche (ce dimanche)/**le** dimanche (tous les dimanches)/7 jours **sur** 7/24 heures **sur** 24.

• **Le mois** : L'hôtel est complet **en** janvier/**au mois de** janvier.

• **La saison** : Le restaurant est fermé **en** été/**au** printemps.

Voir L'expression du temps, page 99.

2 ... Dites l'heure. Attention, il y a deux possibilités à chaque fois.



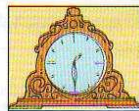
Ex. : → Il est dix-neuf heures quinze
→ Il est sept heures et quart



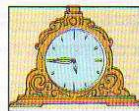
1.



2.



3.



4.



5.



3 ... Écoutez les annonces et notez l'heure.

2.5

1. 8:00 2. _____ 3. _____ 4. _____ 5. _____ 6. _____ 7. _____

4 ... Exprimer le temps. Complétez les phrases suivantes.

1. Le restaurant est ouvert _____ février, _____ dimanche _____ 19 h _____ 23 h 30.

2. Vous pouvez réserver une table pour 10 personnes _____ 3 avril _____ midi.

3. _____ été, _____ mois d'août, le bar travaille 24 heures _____ 24, 7 jours _____ 7.

5 ... Exprimez le temps. Répondez aux questions des clients.

Ex. : L'hôtel est-il ouvert en avril ? (non/fermé 15/04-30/04) → Non, l'hôtel est fermé du 15 avril au 30 avril.

1. Le restaurant est-il ouvert en octobre ?
(non/fermé 01/10-20/10)

3. Nous voulons réserver une table pour 6 le
lundi 4 mai. (désolé/travaux 29/04-21/05 ?)

2. À quelle heure servez-vous le dîner ? (19 h 00-
23 h 00)

4. Servez-vous le petit-déjeuner dans les cham-
bres ? (bien sûr/7 h 30-10 h 30)



6 ... Paul Vatel, maître d'hôtel au restaurant de l'Hôtel de la Paix, répond au téléphone. Écoutez les deux conversations et remplissez la fiche de réservation.

Réservation de la table 1

Date : _____
 Nombre de couverts : _____
 Heure : _____
 Nom : _____

Réservation de la table 2

Date : _____
 Nombre de couverts : _____
 Heure : _____
 Nom : _____

COMMENT DIRE

ENREGISTRER UNE RÉSERVATION

- Poser les bonnes questions au client**
 - Quand/À quelle date/Quel jour souhaitez-vous venir ?
 - Pour quel jour ? Pour quelle date ?
 - Souhaitez-vous déjeuner ou dîner ?
 - Combien de personnes êtes-vous ?
 - C'est pour combien de couverts ?
 - Pour quelle heure ? À quelle heure déjeunez-vous ?
 - La réservation est à quel nom, s'il vous plaît ?
 - Pouvez-vous épeler votre nom, s'il vous plaît ?
- Récapituler la réservation pour vérifier que tout est exact.**
- Remercier et saluer le client.**

7 ... Un client, Monsieur Morlet, téléphone au restaurant de l'Hôtel de la Paix pour réserver une table. Paul Vatel répond au téléphone.

a. Écrivez les répliques de Paul Vatel.

- | | |
|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| – _____ | – Oh, à midi et demi. |
| – Bonjour monsieur, je voudrais réserver une table, s'il vous plaît. | – _____ |
| – _____ | – Morlet. |
| – Pour le samedi 1 ^{er} juillet. | – _____ |
| – _____ | – M-O-R-L-E-T. |
| – Déjeuner. | – Bon, je récapitule : _____ |
| – _____ | – C'est ça. |
| – Pour six personnes. | – _____ |
| – _____ | – À bientôt. Au revoir monsieur. |



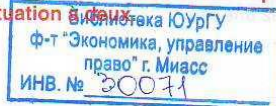
b. Écoutez et vérifiez vos réponses.

8 ... À vous maintenant ! Répondez aux questions concernant votre pays.

1. Quelles sont les heures des principaux repas ?
2. À l'hôtel, à quelle heure peut-on prendre le petit-déjeuner ?
3. Quelles sont les horaires d'ouverture des restaurants pour le déjeuner ?
4. À quelle heure ferment les restaurants le soir ?
5. Y a-t-il un jour de fermeture des restaurants ?
6. Pour manger au restaurant, faut-il toujours réserver une table ?



9 ... Vous êtes maître d'hôtel dans un restaurant de votre pays. Un client téléphone pour se renseigner sur les horaires et réserver une table. Informez le client et posez les questions afin de conclure une réservation. Jouez cette situation à deux.



ФЭУП



0000000027559

hôtellerie-restauration.com

méthode de français de l'hôtellerie et de la restauration
niveau faux-débutant

hôtellerie-restauration.com comprend :

- un livre de l'élève
- une cassette audio ou un CD audio
- un guide pédagogique

ISBN : 978-2-09-033178-3



9 782090 331783

CLE
INTERNATIONAL

www.cle-inter.com

Références

- Council of Europe. Council for Cultural Co-operation. Education Committee. Modern Languages Division. (2001). *Common European Framework of Reference for Languages: learning, teaching, assessment*. Cambridge University Press.
- Cuq, Jean-Pierre; Gruca Isabelle. (2002). *Cours de didactique du français langue étrangère et seconde*. France: Presses Universitaires de Grenoble.
- Erlich, I. N. (2008). *Référentiel pour le Cadre Européen Commun*. Paris: Alliance Française, CLE International.
- Gobierno del Estado de Puebla. (2017-2018). *Gobierno del Estado de Puebla*. Récupéré sur Estadísticas Turísticas: <http://culturayturismo.puebla.gob.mx/estadisticas/estadisticas-turisticas>
- Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos; Baptista Lucio, María del Pilar. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill Education.
- Language Teaching Methods. (2012, febrero 1). *Language Teaching Methods*. Récupéré sur La simulation Une strategie pour l'apprentissage des langues: Language Teaching Methods
- Larousse.fr. (2020, 10 20). *Larousse.fr*. Récupéré sur jeux de rôle: https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/jeux_de_r%C3%B4le/88861
- Lehuen Jérôme ; Kitlinska Sylwia. (2006). Simulation globale en réseau pour le FLE ? La plate-forme informatique MEPA-2D. *www.sticef.org*, 34-64. Récupéré sur Simulation globale en réseau pour le FLE ? La plate-forme informatique MEPA-2D: https://www.persee.fr/doc/stice_1952-8302_2006_num_13_1_926#stice_1952-8302_2006_num_13_1_T3_0035_0000
- Marín, M. (1997). *Conceptos claves. Gramática, lingüística, literatura*. Buenos Aires : Aiqué.
- Puren, C. (2009). ENTRE L'APPROCHE COMMUNICATIVE ET LA PERSPECTIVE ACTIONNELLE,. Dans A. S. Maria-Alice, *Enseigner les langues vivantes avec le Cadre Européen* (pp. 87-91). Saint-Étienne: CELEC-CEDICLEC. Récupéré sur ENTRE L'APPROCHE COMMUNICATIVE ET LA PERSPECTIVE ACTIONNELLE,.
- Rizo, M. (2007). Interacción y comunicación en entornos educativos: Reflexiones teóricas, conceptuales y metodológicas. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*,, Núm.2/16.

- Secretaria de Turismo Puebla. (2015). *Secretaria de Turismo Puebla*. Récupéré sur Secretaria de Turismo Puebla:
<http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Inicio.aspx>
- Statut scolaire. (2004, Agosto 31). *Statut de livre scolaire*. Récupéré sur éducol, le site des professionnels de l'éducation:
<https://eduscol.education.fr/numerique/dossier/lectures/manuel/cadre-reglementaire/statut/statut-de-livre-scolaire#:~:text=Sont%20consid%C3%A9r%C3%A9s%20comme%20livres%20scolaires,dans%20le%20cadre%20de%20l%27>
- Torresan-Good, P. (11, 09 11). *Ecole-internationale.ac-aix-marseille.fr*. Récupéré sur Ecole-internationale.ac-aix-marseille.fr: <http://www.ecole-internationale.ac-aix-marseille.fr/spip/>
- UNIÓN. (2018, 02 6). *UNIÓN*. Récupéré sur Unionpuebla:
<https://www.unionpuebla.mx/articulo/2018/02/06/turismo/puebla-la-ciudad-del-interior-mas-visitada-de-mexico>