

Enseignement technologique en langue vivante

Espagnol

Attirer et recevoir une clientèle espagnole

<p>STS – THÈME 3</p> <p>LE SUPPORT PHYSIQUE AU SERVICE DES ACTEURS DE LA SERVUCTION</p> <p>CLASSE TERMINALE</p>	<p>ESPAGNOL - LV2</p> <p>NOTION : ESPACES ET ÉCHANGES</p>
<p>Appréhender les enjeux de la conception d'un support de vente en hôtellerie-restauration.</p> <p>Pré-requis: en première, activité(s) sur le thème 1, « Repérer les besoins des clients et y répondre ».</p> <p>Remarque : l'activité est au croisement des thèmes 1 (« faire le lien entre les attentes du client et la nature de sa prise en charge ») et 3 pour la classe terminale.</p>	<p>Concevoir un support de présentation / promotion pour un hôtel. (Les établissements disposant d'un hôtel d'application peuvent en faire l'objet du travail proposé.)</p>
<p>Question</p> <p>Comment utiliser et adapter le support physique à un contexte d'hôtellerie-restauration?</p>	<p>Objectifs et compétences communicatives langagières</p> <p>Objectifs culturels :</p> <p>Identifier les spécificités des attentes propres aux touristes espagnols.</p> <p>Découvrir et prendre appui sur les modèles de promotion des hôtels (d'application) en Espagne.</p> <p>Objectifs linguistiques :</p> <p>Lexique : l'hôtel et ses services, déplacements d'un lieu à un autre, expression du désir, de la préférence, etc.</p> <p>Grammaire : l'impératif, le futur, le régime</p>

<p>STS – THÈME 3</p> <p>LE SUPPORT PHYSIQUE AU SERVICE DES ACTEURS DE LA SERVUCTION</p> <p>CLASSE TERMINALE</p>	<p>ESPAGNOL - LV2</p> <p>NOTION : ESPACES ET ÉCHANGES</p>
	<p>prépositionnel de certains verbes (<i>ir a, pensar en, quedarse en, estar en, pasar por, etc.</i>)</p> <p>Objectifs pragmatiques :</p> <p>savoir présenter et promouvoir un hôtel ; savoir s'adapter à une demande particulière.</p> <p>Objectifs méthodologiques :</p> <p>être capable d'organiser un discours écrit bref, donner des informations, utiliser les outils numériques (création de supports d'information).</p>
<p>Capacités</p> <p>Appréhender les enjeux de la conception d'un support de vente en hôtellerie-restauration.</p>	<p>Activités langagières et fonctions du discours mobilisées : compréhension de l'écrit, expression écrite, expression orale en continu et en interaction</p> <ul style="list-style-type: none"> • comprendre et analyser des documents présentant les hôtels (d'application) espagnols ; • rédiger un document vantant les mérites de l'hôtel (d'application) ; • présenter oralement son projet et être capable de justifier ses choix ; • débattre dans le cadre d'une concertation.
<p>Notions et objets de l'enseignement</p> <p>Les éléments structurants des supports de vente au restaurant et à l'hôtel :</p> <ul style="list-style-type: none"> • choix des prestations proposées (nombre de prestations, intitulé des prestations, produits locaux, circuits courts, saisonnalité...) ; • l'offre commerciale (prix des prestations (et non fixation des prix), forfaits, formules, ...) ; • la présentation des supports (choix du type de support ; ...). 	<p>Contenus et thématiques (quelques exemples qui pourront être traités)</p> <p>Description de l'hôtel (d'application) et de ses prestations.</p> <p>Vidéos de promotion d'hôtels (d'application) en Espagne : similitudes et différences.</p> <p>Attentes des clients espagnols et comment adapter l'offre à la demande : choix et élaboration du support de promotion.</p>

<p>STS – THÈME 3</p> <p>LE SUPPORT PHYSIQUE AU SERVICE DES ACTEURS DE LA SERVUCTION</p> <p>CLASSE TERMINALE</p>	<p>ESPAGNOL - LV2</p> <p>NOTION : ESPACES ET ÉCHANGES</p>
<p>Mise en œuvre</p> <p>On montrera que la conception des supports de vente au restaurant et à l'hôtel doit, selon les contextes, prendre en compte différents aspects :</p> <ul style="list-style-type: none"> • offre commerciale de l'établissement ; • digitalisation croissante des actes d'achat ; • fiabilité et rapidité de la transmission de l'information... 	<p>Compétences</p> <p>Savoir dégager les points importants d'un document (attentes des Espagnols).</p> <p>Savoir mettre en valeur les atouts d'un hôtel, à l'oral et à l'écrit.</p> <p>Être capable de donner des indications précises pour permettre à un étranger de se repérer dans l'espace.</p> <p>Être capable de débattre et de donner son point de vue tout en respectant et en prenant en compte celui des autres.</p>
<p>Axe commun : exemple de situation</p> <p>Le proviseur de votre établissement vous a demandé de réaliser pour le site internet du lycée une plaquette commerciale de l'hôtel d'application à destination de touristes espagnols. (Les établissements ne disposant pas d'hôtel d'application pourront adapter ce projet en choisissant par exemple de créer cette plaquette pour une chaîne hôtelière française). À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> • des fiches proposées par la Chambre de Commerce d'Ile de France (voir sitographie), décrivant les attentes des touristes espagnols, • et de présentations d'hôtels (d'application) espagnols, <p>vous élaborez votre propre support pour l'hôtel d'application en tenant en compte de ces attentes.</p>	

Mise en œuvre commune : présentation des étapes

Étape 1

Les élèves prennent connaissance des fiches « *Do you speak touriste* » et « clientèle espagnole à Paris Ile de France ». Ils dressent en espagnol un relevé des informations pertinentes pour le projet (exemples : motif de voyage, activités favorites, lieux visités).

Les professeurs de STS et de LV guideront cette phase de recherche pour que les élèves sélectionnent les informations pertinentes et préparent une fiche cohérente.

Étape 2

À partir du relevé précédemment élaboré et avec l'aide du professeur de STS, les élèves réfléchissent d'abord par petits groupes aux caractéristiques de leur hôtel d'application susceptibles d'être mises en valeur auprès d'une clientèle espagnole : espaces intérieurs et prestations, mais aussi, par exemple atouts de la zone géographique dans laquelle il se situe. Ainsi, la fiche « *Do you speak touriste* » met en évidence le goût des Espagnols pour les monuments historiques et les parcs d'attraction ; on pourra donc donner dans la publicité des

détails sur les moyens et les temps de transport depuis l'hôtel d'application jusqu'aux sites recherchés.

Les élèves peuvent également au cours de cette étape prendre des photographies de leur hôtel et des services annexes (bar, restaurant, salle de conférence, etc.) en vue de l'élaboration de la plaquette commerciale.

Étape 3

Pour mieux appréhender les enjeux de la conception d'un support de vente à destination de la clientèle espagnole, on propose aux élèves de naviguer sur les sites d'hôtel d'application dans des établissements d'Espagne afin de voir de quelle façon ces derniers y sont présentés. Ils effectuent un relevé des choix opérés et des techniques utilisées par les Espagnols pour présenter leur hôtel. En s'appuyant sur ces recherches, ils élaborent ensuite par petits groupes un projet de plaquette commerciale pour leur établissement, qu'ils rédigent « à la manière de ».

Dans cette plaquette, les élèves prévoient un slogan publicitaire qui reflète l'identité de leur établissement et le présente sous un jour attrayant pour une clientèle espagnole. Ils situent l'hôtel dans son environnement géographique et culturel, décrivent ses services et prestations annexes en prenant en compte les attentes spécifiques aux touristes espagnols. Ils s'appuient sur les éléments mis en évidence lors des étapes précédentes. Pour vanter les atouts de l'hôtel du lycée, on peut également envisager de réaliser une vidéo accompagnée d'une bande son en espagnol.

Étape 4

Chaque groupe présente oralement son projet de plaquette à l'ensemble de la classe en justifiant ses choix par rapport au profil de la clientèle. À la suite de ces présentations, une table ronde, dirigée conjointement par les professeurs de STS et de LV, permet de construire un document final commun, en retenant les meilleures idées de chacun des groupes.

Exemples de ressources (bibliographie et sitographie)

- [Fiche](#) publiée conjointement par la Chambre de Commerce et d'Industrie de la région Paris-Ile de France et le Comité régional du Tourisme Paris Région ; ce document donne de précieuses indications sur les préférences et attentes des touristes espagnols.
- [Fiche](#) publiée chaque année depuis 2008 par les mêmes institutions ; on y trouve une analyse du profil des touristes espagnols en France – choix d'hébergements, activités, attentes, etc. – et des conseils pour promouvoir son offre touristique auprès de cette clientèle.
- Sites pour les Espagnols à la recherche de conseils personnalisés pour visiter Paris : www.paris.es et www.holaparis.com
- Sites d'hôtels d'application en Espagne :
<http://ieshotelescuela.es/hotelescuela/index.php/habitaciones/>
www.hotelescuelalascarolinas.com
www.hotelescuelatourismoandaluz.com/#/hotel/descripcion/