

НАРОДНА УКРАЇНСЬКА АКАДЕМІЯ

**ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ ПРАКТИКУМ
З ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ:
ДІЛОВА КОРЕСПОНДЕНЦІЯ**

Видавництво НУА

НАРОДНА УКРАЇНСЬКА АКАДЕМІЯ

**ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ ПРАКТИКУМ
З ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ:
ДІЛОВА КОРЕСПОНДЕНЦІЯ**

Для студентів ІV курсу факультету «Референт-перекладач»,
які навчаються за спеціальністю 035 Філологія (Переклад)

Харків
Видавництво НУА
2023

УДК 811.133.1'25'36'37(075.8)

*Затверджено на засіданні
кафедри теорії та практики перекладу
Народної української академії
Протокол № 9 від 3.04.2023 р.*

Автор–укладач Н.П.Юр'єва
Рецензент І. Ю. Гусленко

П26 Перекладацький практикум з французької мови: Ділова кореспонденція : для студентів IV курсу факультету «Референт-перекладач», які навчаються за спеціальністю 035 Філологія (Переклад)/ Нар. укр. акад., [каф. теорії та практики перекладу ; авт.-упор . Н.П.Юр'єва. –Харків : Вид-во НУА, 2023. – с.89.

Перекладацький практикум являє собою курс сучасного перекладу, що відображає стилістичні, лексичні та граматичні особливості французької мови. Складається з 11 розділів з тематичним словником та списку рекомендованої літератури. Для формування базових перекладацьких компетенцій, перевірки результату засвоєння знань наводяться різні види вправ. Посібник сприяє засвоєнню термінології сфери ділової кореспонденції, розвитку навичок письмового та усного перекладу, формуванню фонових знань. Рекомендується як для використання на заняттях з практики перекладу з французької мови, так і для самостійної роботи студентів.

УДК 811.111'25(075.8)

© Народна українська академія, 2023

Avant-propos

Le recueil de textes et d'exercices pour les étudiants en traduction-interprétation s'adresse aux étudiants ayant acquis le niveau B1 du Cadre européen de référence pour les langues (CECRL). Il répond aux besoins des cours de français sur objectifs spécifiques et aux objectifs de ceux qui souhaitent améliorer leur français en contexte professionnel.

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

Cet ouvrage permet à l'étudiant à la fois d'apprendre le français professionnel et de découvrir la réalité de la vie en France, les différences culturelles, les actualités en France et à l'international dans le domaine de la correspondance d'affaires, de la vie quotidienne, le tout en un temps très court. Ainsi, en 80 à 90 heures de cours selon les publics, il sera possible d'acquérir une bonne base de vocabulaire, simple et fonctionnelle, et de se sentir à l'aise dans la traduction orale et écrite.

Chacune des unités porte sur un thème particulier qui favorise l'acquisition et le perfectionnement des compétences et savoir-faire professionnels des étudiants en traduction-interprétation :

1. La communication écrite efficace
2. Le courrier de l'entreprise
3. Courrier arrivé et courrier départ
4. La présentation de la lettre commerciale ou administrative
5. Le message électronique
6. La lettre de vente
7. Le courrier de commande
8. Lettre de réclamation. Réponse aux réclamations
9. La facturation
10. Le compte rendu. La note de service
11. CV. Lettre de motivation. Lettre d'embauche. Offre d'emploi.

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

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

1. La communication écrite efficace



<https://erudyx.com/communication-efficace>

Effacité et pertinence rédactionnelles dans un contexte professionnel

Bien que notre civilisation soit fortement marquée par l'importance de l'oral et qu'une grande partie de la communication s'effectue par le biais d'images, l'écrit demeure incontournable dans le cadre professionnel. La gestion efficace des écrits contribue à l'impression de qualité, à la fiabilité du service rendu au client, ainsi qu'à l'image de marque de l'entreprise. Elle permet par ailleurs d'être plus performant, en optimisant la transmission de l'information et en facilitant la résolution des conflits ou des litiges (réclamations, contentieux). Les écrits professionnels s'inscrivent par conséquent dans une démarche qualité, qui s'applique aussi bien aux échanges de l'entreprise avec l'extérieur qu'aux échanges internes.

Dans le cadre de la rédaction professionnelle, il est bien évidemment indispensable de connaître les codes relatifs à tel ou tel type d'écrit. Mais avant de se demander comment on rédige une lettre (ou une note de synthèse, un rapport, etc.), il convient de savoir identifier les éléments du contexte spécifique de communication : à qui est destiné le message, dans quel but l'écrit-on, que souhaite-t-on obtenir, quel support est le mieux adapté ? Une fois ces différents points déterminés, la technique rédactionnelle peut être mise en œuvre.

L'écrit professionnel doit permettre une communication pertinente, utile et efficace. Dites-vous que votre destinataire est comme vous : en d'autres termes, ce qui l'irrite le plus, c'est de perdre son temps. Votre message doit éviter plusieurs écueils, parmi lesquels les digressions, les approximations ou l'imprécision, mais aussi les erreurs. Il doit montrer au destinataire que vous le respectez. Certains correspondants sont très à cheval sur les fautes d'orthographe ou de syntaxe, le style

maladroit ou incompréhensible ; d'autres ne vous pardonneront pas de leur envoyer un message qui ne respecte pas les codes de la correspondance professionnelle ou les règles de politesse en usage. De manière générale, le destinataire s'attend à recevoir un message clair, pertinent, efficace, poli et agréable à lire.

À ces différentes qualités d'un écrit professionnel, nous ajouterons l'exigence d'objectivité. Rien ne vous empêche de vous passionner, par exemple pour défendre un projet. Néanmoins, les écrits professionnels ne sont pas le lieu des grands élans d'enthousiasme. De même, mieux vaut éviter les marques d'affectivité. Une certaine neutralité est à privilégier. La communication écrite professionnelle vise à la transmission objective de l'information, elle a pour but de résoudre des problèmes et non de provoquer des conflits.

https://www.editions-ellipses.fr/PDF/9782340004634_extrait.pdf

Vocabulaire

efficacité <i>f</i>	ефективність, дієвість, сила дії
pertinence <i>f</i>	правильність, суттєвість, відповідність
écrit <i>m</i>	письмове слово, документ
impression <i>f</i>	друк, друкування
fiabilité <i>f</i> du service	надійність послуги
image <i>f</i> de marque	репутація, імідж марки, бренду
performant, - e	високопродуктивний
optimiser la transmission de l'information	оптимізувати передачу інформації
faciliter la résolution des conflits	сприяти врегулюванню конфліктів
litige <i>m</i>	позов, сперечання, суперечка
contentieux <i>m</i>	спірне питання, суперечки
rédaction <i>f</i> professionnelle	професійне написання текстів
rédiger une lettre	написати листа
note <i>f</i> de synthèse	оглядова записка, підсумкова довідка
rapport <i>m</i>	доповідь, звіт, рапорт
support <i>m</i>	носій, спосіб передачі інформації
éviter plusieurs écueils	уникати деяких підводних каменів
destinataire <i>m</i>	одержувач, адресат
digression <i>f</i>	відступ, відхилення від теми
approximation <i>f</i>	приблизність, неточність
être à cheval sur	надавати занадто великого значення
fautes <i>f pl</i> d'orthographe	орфографічні помилки
style <i>m</i> maladroit	безтактний, незграбний стиль

respecter les codes	дотримуватись кодексів
règles <i>f pl</i> de politesse	правила ввічливості
exigence <i>f</i> d'objectivité	вимога об'єктивності
marques <i>f pl</i> d'affectivité	ознаки емоцій, емоційності

1. Complétez les phrases avec les éléments appropriés. Traduisez le texte.

rédiger — efficace — escompté — opérationnelle — échanger — bonnes pratiques — présenter — se virtualisent — convaincre (deux fois) — négociier — bien écrits — atout — informer — recueillir des informations — litiges — défaut — maîtriser

Bien communiquer par écrit

La communication écrite reste l'un des vecteurs importants pour _____ avec ses collaborateurs. Pourquoi et comment communiquer efficacement à l'écrit ? Quels sont les différents supports de communication écrite pour le manager ? Comment _____ correctement et efficacement ?

Les paroles s'envolent, les écrits restent.

Tel pourrait être un résumé très simplifié et tout aussi simpliste de cette section ! C'est encore plus vrai dans nos mondes qui _____ de plus en plus. Toutefois, il ne faut pas confondre quantité et qualité... Une communication écrite _____ passe par une plume fine, alléchante et percutante.

Trop en faire peut fausser le message à faire passer et même parfois produire l'effet inverse de celui _____. Réduisant ainsi à néant tout effort en matière de communication.

Communiquer par écrit de manière _____ et efficace requiert un minimum de préparation ainsi qu'une bonne connaissance de quelques _____ en la matière : utilisation du bon support de communication, esprit de synthèse, rédaction adaptée, vocabulaire varié, etc.

Pourquoi la communication écrite est-elle importante ?

Dans le cadre de sa mission, le manager aura maintes occasions de communiquer par écrit pour:

- _____ : transmettre des informations diverses à vos collaborateurs, votre hiérarchie, des partenaires externes, etc.
- _____ : demander à vos collaborateurs d'effectuer telle ou telle démarche, faire tel effort, _____ un client de l'intérêt de choisir votre offre et non celle de votre concurrent, etc.
- _____ : un nouveau produit/service, une offre promotionnelle, etc.
- _____ : auprès de vos collaborateurs, fournisseurs, clients, divers prestataires, etc.
- _____ : rédiger une proposition commerciale, établir un devis, _____ un tarif lorsque le face à face ou l'appel téléphonique n'est pas possible, etc.

Si savoir communiquer par écrit n'est pas une compétence clé requise pour un poste de manager, il n'en demeure pas moins que la communication écrite est un _____ pour un tel poste. En effet, pour transmettre de l'information efficacement, il est important de savoir rédiger des messages _____, clairs, lisibles et compréhensibles par ses différents interlocuteurs.

Une grande partie des erreurs, _____, refus, etc. proviennent d'une interprétation erronée induite par un _____ de rédaction. Il est donc essentiel de _____ la communication écrite en soignant notamment la syntaxe, le vocabulaire et la grammaire dans chaque écrit.

<https://www.manager-go.com/efficacite-professionnelle/communication-ecrite.htm>

2. Traduisez le texte. Trouvez dans le texte les équivalents des mots et expressions suivants :

пошук конкурентоспроможності — промислова революція — технологічні зміни — стрімке поширення цифрових інструментів — сильний вплив — наймані робітники — цифрова трансформація — оптимізація та спрощення процесів комунікації і продуктивності — світ праці — потоки робіт у процесі — залишатися конкурентоспроможним та інноваційним — постійно мінливий конкурентний ринок — малі та середні підприємства — головний фондовий індекс Франції — здатність до працевлаштування — соціально-комунікативні навички — вміння спілкуватися — вміння та знання, необхідні для певної посади та конкретної роботи — здатність інтегруватися в команду — бути креативним — неможливо делегувати поведінкові навички роботам — з появою цифрових технологій — штучний інтелект — швидко застарівати — широке використання персонального комп'ютера — широке використання Інтернету — використання цифрових баз даних — розробка програмного забезпечення — мініатюризація та портативність комп'ютерів — поява хмарних технологій — широке використання сенсорних планшетів і смартфонів — розвиток соціальних мереж — використання мегаданих — високошвидкісні мультимедійні мережі — розвиток веб/телебачення, інтерактивних медіа

Une tendance dans le monde du travail

Suite à la révolution industrielle, les transformations économiques et la recherche de la compétitivité, les changements technologiques modifient non seulement le travail mais aussi les modes de vie.

La multiplication rapide des outils numériques impacte fortement le travail des salariés.

L'optimisation et la simplification des processus de communication et de productivité

La transformation digitale pénètre le monde du travail dans presque toutes ses composantes. Elle transforme et améliore les work flows, c'est-à-dire les séries

d'opérations qu'effectue une personne, un département ou un organisme entier. La numérisation des process apporte son pouvoir de simplification, de communication et d'optimisation de la productivité. Cette transformation permet ainsi de rester compétitif et innovant dans un marché concurrentiel en évolution constante.

Il n'est donc pas étonnant que les professionnels indépendants, les PME et les grands groupes cotés au CAC 40, y compris les administrations publiques, soient tributaires de ces innovations et se les approprient. Tout le monde, semble-t-il, cherche à profiter des extraordinaires opportunités qu'elles offrent.

Pour développer son employabilité il faut miser sur les soft skills.

Souvent opposées aux hard skills (= compétences techniques, savoir-faire), les soft skills regroupent l'ensemble des qualités émotionnelles et comportementales d'une personne (= savoir-être). De plus en plus recherchées par les entreprises, ces compétences personnelles font désormais la différence, à compétences égales, lors d'un entretien d'embauche : savoir communiquer, être capable de s'intégrer à une équipe existante, être empathique, être créatif... A l'inverse des compétences techniques, il n'est pas possible de déléguer aux robots les compétences comportementales...

Avec la mutation profonde des organisations et des métiers, avec l'apparition du digital et de l'intelligence artificielle, les hard skills se périment dorénavant très vite et ne suffisent plus. Il s'agit alors de miser sur l'humain. La durée de vie illimitée des soft skills en fait le parfait outil pour évoluer dans un monde complexe en perpétuel mouvement.

Les jalons historiques de la transformation digitale

Les prémisses de la transformation digitale remontent au début des années 1980. Son évolution fulgurante se résume par des étapes décisives qui ont abouti à la révolution d'aujourd'hui :

- **1980** – généralisation de l'ordinateur personnel ; apparition du Minitel français puis d'Internet ouvrant la porte aux échanges virtuels et à l'e-commerce.
- **1990** – généralisation d'Internet ; exploitation des bases de données numérisées ; développement des logiciels, du téléphone mobile.
- **2000** – apparition des téléphones intelligents (« smartphones ») ; miniaturisation et portabilité des ordinateurs ; performances accrue des modems, du web ; apparition du Cloud.
- **2010** – débuts du « web 2.0 » ; généralisation des tablettes tactiles et des smartphones ; exploitation des premiers réseaux sociaux ; débuts du Big Data, des objets connectés.
- **2016** – réseaux multimédias à haut débit (fibre optique, satellites à orbite basse) ; développement de la web/TV, des médias et vidéos interactifs ; personnalisation des interfaces (reconnaissance vocale, de l'écriture, des visages) ; développement de l'intelligence artificielle, du blockchain, des chatbots.

<https://www.neoptimal.com/blog/transformation-digitale-entreprises-pme-eti-2/>

2. Le courrier de l'entreprise

L'activité « courrier » des entreprises se conjugue sur plusieurs modes. Elle nécessite la polyvalence et le dynamisme des équipes en place en vue d'affronter plusieurs enjeux :

- **Enjeux comptables** liés à la nature même des courriers (chèques, factures, effets...);

- **Enjeux financiers** liés aux coûts de la mise en œuvre de la chaîne du traitement du courrier (directement avec l'équipe dédiée, mais également lorsque l'on élargit à tous les producteurs de courrier en entreprise et au temps qu'ils y passent);

- **Enjeux stratégiques** liés à la nature de l'activité de l'entreprise. Un assureur ou une banque par exemple pour lequel 90 % des échanges se font par courrier.

- **Enjeux de qualification** : à travers des référentiels métiers de Qualicert (certification SGS)

- **Enjeux de transmission du savoir faire** : grâce, justement, aux référentiels métiers qui permettent de transmettre les spécificités aux nouvelles recrues.

Le contraste est saisissant entre l'importance des enjeux et la relativité des moyens le plus souvent mis en œuvre par les entreprises pour répondre à leurs besoins.

Souvent parents pauvres des services généraux, les services courrier regagnent leur place sur le devant de la scène, notamment grâce aux sociétés de sous-traitance qui communiquent beaucoup sur leur valorisation.

Ces dernières années, la tendance est plutôt à considérer la totalité de la chaîne de la gestion du document. Celle-ci va du courrier, quel que soit son mode d'acheminement (interne, postal, courses, messageries, etc.), à sa duplication, à son classement et à son archivage.

Caractéristiques d'un courrier

Plusieurs paramètres définissent la valeur d'usage des informations contenues dans un courrier et influent directement sur son traitement interne. Parmi ceux-ci nous pouvons retenir :

- **Le temps** (la note de service express qui mentionne une échéance à respecter – fin de journée ou de semaine – réclame une réactivité importante).

- **La confidentialité** (une note informative aux partenaires sociaux préalable à une réunion mensuelle du comité d'entreprise et concernant un licenciement économique).

- **La valeur** (acheminement de contrats, chèques, factures).

Le courrier qui arrive est pris en charge par différents intervenants qui vont se charger de le trier, de l'orienter et de l'acheminer jusqu'au destinataire final.

Vocabulaire

courrier <i>m</i>	кореспонденція, поштові відправлення
affronter	протистояти; сміливо зустрічати

enjeux <i>m pl</i> comptables	питання бухгалтерського обліку
référentiels <i>m pl</i> métiers de Qualicert	довідкова система компетенцій професій для сертифікації якості діяльності підприємства
SGS (Société f Générale de Surveillance)	Генеральна експертна компанія
facture <i>f</i>	рахунок, фактура, накладна
effet <i>m</i>	вексель, чек
coûts <i>m pl</i>	ціни, видатки, вартість
mise <i>f</i> en œuvre	застосування, використання, здійснення, приведення в дію
traitement <i>m</i> du courrier	обробка поштових відправлень
activité <i>f</i> de l'entreprise	діяльність підприємства
assureur <i>m</i>	страхове агентство, страхувальник
transmission <i>f</i> du savoir faire	передача ноу-хау, технічних умінь
recrues <i>f pl</i>	наймані працівники
référentiels <i>m pl</i> métiers	посадові інструкції
services <i>m pl</i> généraux	підрозділи діловодства, канцелярія
services <i>m pl</i> courrier	служби опрацювання кореспонденції
sociétés <i>f pl</i> de sous-traitance	субпідрядні компанії
chaîne <i>f</i> de la gestion du document	мережа документообігу
mode <i>m</i> d'acheminement	система пересилання документів
duplication <i>f</i>	копіювання
échéance <i>f</i> à respecter	термін, якого необхідно дотримуватись
acheminement <i>m</i> de contrats	пересилання контрактів

1. Complétez les phrases avec les éléments manquants de critères de classification des entreprises et traduisez-les :

leur secteur économique — leur taille — la forme juridique — la nature de leur activité

La classification des entreprises

Les entreprises peuvent être classées selon plusieurs critères :

- En fonction de _____
 - Entreprise commerciale : elle achète des biens qu'elle revend sans transformation.
 - Entreprise industrielle : elle transforme les matières premières et vend des produits finis.

- Société de services : elle vend un travail sans fabrication d'objets physiques.
- En fonction de _____ (déterminé par leur activité principale)
 - Secteur primaire : activités agricoles (élevage, pêche, etc.).
 - Secteur secondaire : activités industrielles (énergie, bâtiment et travaux publics, etc.).
 - Secteur tertiaire : activités de services (transport, distribution, hôtellerie, etc.).
 - Secteur quaternaire : activités liées à l'information et aux télécommunications (médias, publicité, etc.).
- En fonction de _____ (effectif et chiffre d'affaires)
 - Très petite entreprise (TPE) : moins de 10 salariés.
 - Petite entreprise (PE) : entre 10 salariés et 49 salariés.
 - Moyenne entreprise (ME) : entre 50 salariés et 249 salariés.
 - Grande entreprise : 250 salariés et plus.

Le chiffre d'affaires permet aussi d'évaluer l'importance d'une organisation.
- En fonction de _____
 - Les entreprises privées appartiennent à des personnes privées ; les capitaux sont apportés par l'entrepreneur (entreprise individuelle) ou par plusieurs associés (SA, SAS, SARL, EURL...).
 - Les entreprises ou administrations publiques sont gérées par l'État ; les capitaux sont majoritairement publics.
 - Les associations (organisation à but non lucratif).

2. Trouvez dans le texte les équivalents des mots et expressions suivants :

державні або приватні компанії — задоволення потреб споживачів — організована група людей — виробництво — продаж товарів та/або послуг — розподіл прибутку — використовувати матеріальні та фінансові ресурси — державна служба — перебувати в постійному контакті — забезпечення функціонування держави — об'єднувати свої знання або діяльність — економічне та соціальне середовище — постачальники — орган місцевого самоврядування — організаційна схема підприємства — партнери організації — ринок праці — відносини між підрозділами — сплата податків і зборів — відділ — дотримуватися законів і нормативних актів — створювати робочі місця — сукупність людських і матеріальних ресурсів — відображати ієрархію — визначити місце кожної людини в організації — розрізняти різні відділи та відносини між ними — дозволяти співробітникам визначити своє місце — знати, “хто що робить”, “хто від кого залежить” — інструмент для внутрішньої комунікації — звернутися до потрібної людини — розсилка кореспонденції — швидкість та можливість передавати отримані документи — можливість одержувачів відповісти якнайшвидше

L'organisation et son activité

Le terme « organisation » est généralement employé pour désigner une entreprise, une administration ou une association.

L'organisation est un groupement humain organisé, qui met en œuvre des moyens matériels et financiers, pour produire ou vendre des biens et/ou des services et satisfaire ainsi les besoins des consommateurs.

On peut regrouper les organisations en trois catégories principales :

- les entreprises publiques ou privées ;
- les administrations : ensemble des services chargés d'assurer le fonctionnement d'un État, d'une collectivité territoriale ou d'un service public ;
- les associations : « convention par laquelle deux ou plusieurs personnes mettent en commun, d'une façon permanente, leurs connaissances ou leur activité dans un but autre que de partager des bénéfices. »

L'organisation est en relation permanente avec son environnement économique et social ; ce dernier se décompose en quatre marchés principaux (marché des biens et des services, marché commercial, marché du travail et marché financier) dans lesquels on trouve les partenaires de l'organisation.

Les partenaires (ou interlocuteurs externes) sont les entreprises et les organismes avec lesquels l'organisation est en relation (clients, fournisseurs, banquiers, assureurs, etc.) et qui lui permettent de réaliser son activité.

L'organisation doit aussi tenir compte, dans son environnement, de l'État et des collectivités locales avec lesquels elle entretient des relations diverses.

En effet, l'organisation procure à l'État et aux collectivités locales des ressources financières par le versement d'impôts et de taxes et doit respecter les lois et règlements qui concernent son activité.

En contrepartie, elle bénéficie de l'existence de services publics (dans les domaines du transport et de la communication, par exemple) et profite des aides financières lorsqu'elle crée des emplois ou s'implante dans une zone défavorisée économiquement (zone franche).

L'organisation effectue chaque jour de multiples opérations : achats de marchandises ou de matières premières, fabrication, ventes de biens ou prestations de services, rémunération du personnel, etc.

Ces différentes tâches sont regroupées en fonctions :

- de direction (ou de management)
- commerciale
- financière
- sécurité
- administrative
- technique (ou de production)
- personnel (ou ressources humaines)

Chaque fonction est assurée par un ou plusieurs services (ensemble de moyens humains et matériels.)

L'ensemble des services d'une entreprise (d'une administration ou d'une association), leur organisation et les relations qui existent entre eux constituent sa structure.

L'organigramme présente la structure d'une organisation sous la forme d'un schéma.

L'organigramme est à la fois un instrument d'information et d'analyse (il peut faire apparaître des dysfonctionnements et inciter à une meilleure organisation).

L'organigramme permet de :

- – visualiser la hiérarchie ;
- – déterminer la place de chaque personne dans l'organisation ;
- – distinguer les différents services et les relations qui existent entre eux.

L'organigramme est utile :

- – au personnel : il permet de se situer, de savoir « qui fait quoi ? », « qui dépend de qui ? » et ainsi d'améliorer l'efficacité du travail. C'est un outil de communication interne ;
- – aux partenaires extérieurs : il permet de connaître les différents services et personnes de l'entreprise, de les situer les uns par rapport aux autres et ainsi de s'adresser au bon interlocuteur. C'est un outil de communication externe.

La distribution du courrier est une tâche très importante dévolue soit à la secrétaire de la petite entreprise, soit au service courrier dans une grande entreprise. De sa rapidité et de sa capacité à transmettre les documents reçus dépendent la capacité des destinataires à répondre le plus rapidement possible.

3. Trouvez la fin des phrases et traduisez-les.

Qui s'occupe du courrier dans une entreprise ?

1. La procédure courante de gestion du courrier passe par différentes étapes :	a. l'ouverture et l'enregistrement du colis puis son tri.
2. Pour la première étape, c'est souvent une secrétaire ou un assistant administratif	b. une solution de gestion électronique de documents afin d'améliorer la gestion du courrier en entreprise.
3. Ses tâches sont : le colis à expédier, l'arrivée et la réception dans l'entreprise,	c. colis, des machines peuvent effectuer ces opérations de tri.
4. Le colis est ensuite transmis à	d. qui s'occupe du courrier.
5. Une fois le colis arrivé au sein de	e. l'entreprise destinataire, elle traite le colis/courrier avant de le classer.
6. Pour les entreprises qui traitent un gros volume de	f. l'administration postale puis au destinataire.

7. De plus en plus d'étapes peuvent être optimisées en entreprise pour dégager du temps qualifié en mettant en place	g. les étapes de traitement du courrier, les procédures de flux entre les services puis le traitement humain.
--	---

4. Complétez les phrases avec les éléments appropriés. Traduisez le texte.

Gérer — expédition — information — courriers papiers — éviter — traitement — gestion — classés — rigueur — mettre en place — anticipez — triés — bénéfiques — gagnez — échéances — partenaires

Optimisez la gestion de votre courrier

A l'heure du numérique, de nombreux _____ nécessitent encore d'être envoyés : factures, devis, contrats légaux, etc. Il est donc de bon ton d'organiser l'_____ du courrier de votre entreprise pour qu'il soit le plus performant possible. _____ efficacement le courrier de votre entreprise vous permettra d'améliorer votre productivité.

Le _____ du courrier est une tâche logistique très importante mais qui nécessite beaucoup d'organisation et de _____. Ainsi, une bonne gestion du courrier vous permet de ne rater aucune _____ importante, impératif ou échéance. En effet, une bonne gestion est essentielle pour _____ que les courriers ne s'accumulent. Mais, qu'entend-t-on par gestion du courrier ? La _____ du courrier englobe :

- la réception ;
- le traitement ;
- la rédaction ;
- la mise sous pli ;
- l'affranchissement ;
- l'envoi.

Les documents entrants et sortants doivent ainsi être _____, distribués, _____ et archivés au quotidien. Pour gérer le courrier d'une entreprise, il est donc essentiel de _____ un processus pour gérer le courrier entrant et le courrier sortant.

Pourquoi est-ce si important de classer le courrier ? Plusieurs _____ à cela :

- vous _____ du temps
- vous suivez efficacement vos différentes _____ ;
- vous _____ vos mouvements de trésorerie ;
- vous améliorez vos relations avec vos _____.

3. Courrier arrivé et courrier départ

La gestion des flux de courriers entrants

1. Le courrier entrant

Dans toute organisation, le traitement du courrier entrant occupe une grande part du temps réservé aux tâches administratives.

Le volume du courrier à gérer varie en fonction de la taille de l'organisation et surtout du nombre de partenaires avec lesquels elle est en relation (fournisseurs, clients, banquiers, collectivités, etc.).

Dans une petite organisation, le traitement du courrier est souvent assuré par un(e) employé(e) administratif(-ve).

Les organisations, qui ont un volume de courrier important à gérer (grandes entreprises, associations ou administrations), disposent d'un service spécifique : le service courrier.

Le courrier entrant est le courrier que l'organisation reçoit de ses différents partenaires, communément appelé « courrier arrivé ».

Le courrier entrant est constitué majoritairement de :



2. Les procédures de gestion du courrier entrant

Pour gérer le courrier entrant, l'organisation s'appuie sur une procédure dans laquelle on peut clairement identifier :

- les étapes du traitement du courrier ;
- les modalités de circulation du courrier entre les différents services ;
- le personnel effectuant les opérations.

La procédure de gestion du courrier entrant diffère plus ou moins en fonction du type d'organisation.

Les étapes les plus courantes de la procédure de gestion du courrier entrant sont les suivantes :



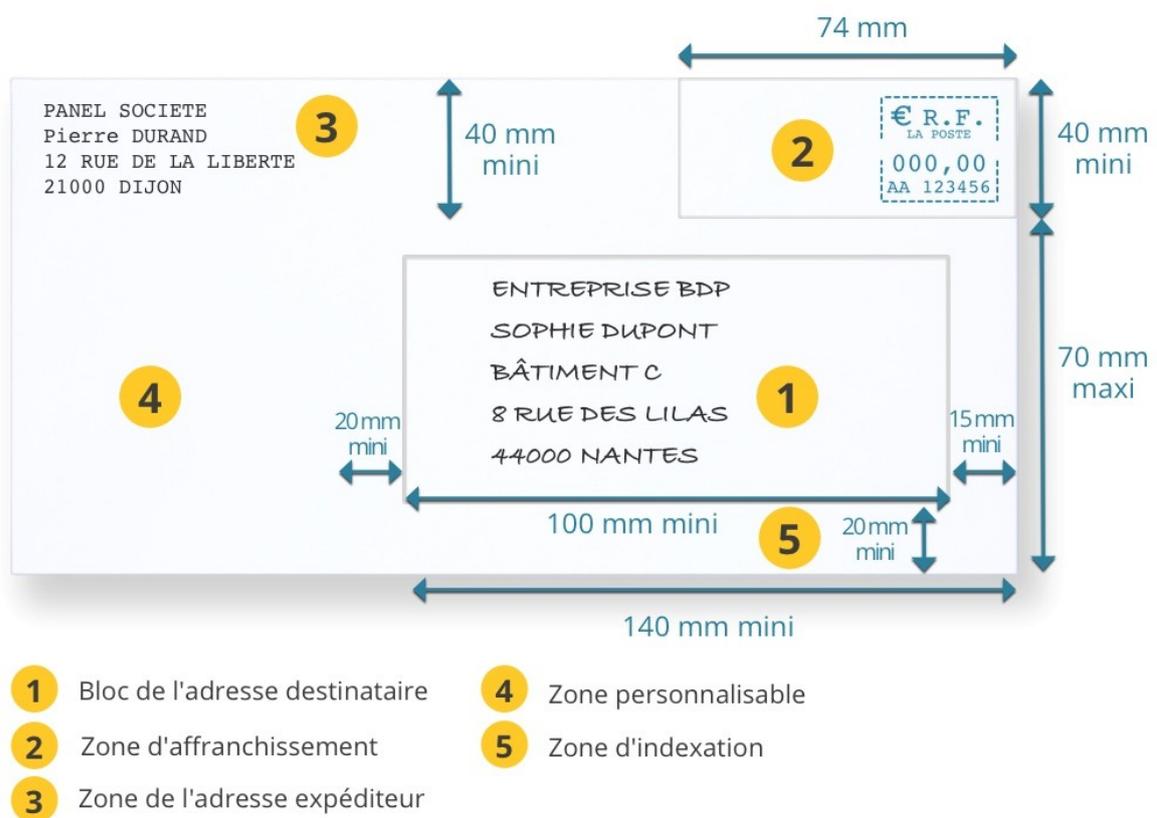
https://www.i-manuel.fr/SP_ADITGA/SP_ADITGAdocfic14.htm

Vocabulaire

gestion <i>f</i> des flux	управління, розпорядження потоками
courrier <i>m</i> arrivé, entrant	отримана, вхідна кореспонденція
courrier <i>m</i> départ	відправлена, вихідна кореспонденція
traitement <i>m</i> du courrier	обробка кореспонденції
volume <i>m</i> du courrier	обсяг кореспонденції
taille <i>f</i> de l'organisation	розмір організації
nombre <i>m</i> de partenaires	число партнерів
banquiers <i>m pl</i>	банківські установи, банкіри
collectivités <i>f pl</i>	органи місцевого самоврядування
employé(e) administratif(-ve) <i>m /f</i>	працівник адміністрації, службовець
être assuré	здійснюватись, виконуватись
service <i>m</i> courrier	відділ, служба кореспонденції
gérer	керувати, управляти, розпоряджатися
modalités <i>f pl</i> de circulation du courrier	форми, шляхи передачі кореспонденції
télécopie <i>f</i>	факс
colis <i>m</i>	посилка, бандероль, тюк, пачка, ящик
courriel <i>m</i>	електронний лист, повідомлення
réception <i>f</i> du courrier	приймання поштових відправлень
ouverture <i>f</i> des plis	відкриття поштових відправлень, конвертів, листів, пакетів
enregistrement <i>m</i> du courrier	реєстрація кореспонденції

tri m du courrier	сортування кореспонденції
transmission f du courrier au destinataire	передача кореспонденції отримувачу
classement f du courrier	розподіл кореспонденції
personnel m effectuant les opérations	персонал, що здійснює операції
service m destinataire du courrier	відділ отримувача кореспонденції

Bien rédiger une adresse postale sur l'enveloppe



1. Étudiez la présentation d'une adresse sur l'enveloppe. Trouvez dans l'adresse une mention correspondant à chaque ligne :

Ligne 1 : Identification du destinataire : raison sociale ou dénomination commerciale

Ligne 2 : Identité du destinataire, service

Ligne 3 : Complément d'identification du point géographique à l'extérieur du bâtiment : entrée, bâtiment, immeuble, résidence, zone industrielle...

Ligne 4 : Numéro, type et nom de la voie

Ligne 5 : Mentions spéciales de distribution : boîte postale, tri spécial arrivée...

Ligne 6 : Code postal + Nom de la ville (+ éventuellement le mot "CEDEX")

<https://blog.bureaudeposte.net/bien-rediger-une-adresse-postale/>

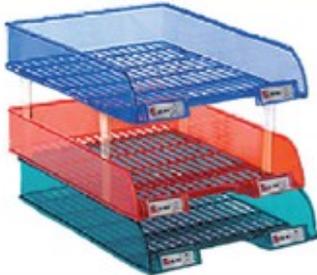
2. Trouvez dans le texte les équivalents des mots et expressions suivants :

обробка кореспонденції — інструменти та матеріали — поштові відправлення — моделі початкового рівня — обсяг поштових відправлень — матеріали для сортування — папка для паперів — шухляда для паперів — отримана кореспонденція — ксерокопіювати — копія, дублікат — оригінал — розподіляти по кошикам для паперів — одержувач — книга реєстрації вхідної кореспонденції — вхідний лист — дата отримання листа — відправник — реєстраційний номер вхідного документу — відділ, служба — предмет листа — кампанія, підприємство, організація — рекомендований лист — під розпис відповідальної особи — розписка про отримання — сканувати документи

3. Les outils et matériels de traitement du courrier

L'organisation utilise des outils et matériels pour faciliter le traitement du courrier.

• La machine à ouvrir le courrier	
	<p>Les modèles d'entrée de gamme permettent d'ouvrir entre 400 et 500 plis par heure. Quant aux plus puissants, ils ouvrent de 3 000 à 4 000 plis par heure.</p> <p>L'achat de cet outil doit s'effectuer en fonction du volume du courrier que l'entreprise doit traiter.</p>

Le matériel de classement du courrier entrant			
Classeur à levier	Corbeille	Bloc de classement	<p>Le courrier reçu est photocopié. Le double est rangé dans un classeur à levier, tandis que l'original est ventilé dans des corbeilles (une corbeille par service destinataire).</p>
			
Classeur épais pouvant contenir 1 000 documents	Corbeilles ou tiroirs (une corbeille ou un tiroir par service)		

4. La réception des lettres recommandées et des colis

- Le courrier recommandé est remis par le facteur contre signature à la personne chargée de la réception, qui l'enregistre avant de le remettre en main propre à son destinataire (souvent un supérieur hiérarchique).

- Les colis sont reçus par l'intermédiaire de La Poste ou de transporteurs spécialisés. La personne chargée de la réception devra signer le récépissé de La Poste

(ou le bon de transport) et informera le service concerné de l'arrivée d'un colis après enregistrement de celui-ci.

• Le registre du courrier

Registre « courrier arrivé »						
Date d'arrivée	N° enregistrement	Expéditeur		Objet	Destinataire	
		Société	Nom		Service	Nom

De façon à **retrouver un courrier**, en cas de besoin, le secrétaire procède à son **enregistrement** dans le **registre « courrier arrivé »** (support papier ou fichier informatisé).
 Dès réception, **chaque lettre reçoit un numéro d'ordre**.
Dans le registre d'entrée, on reporte ce numéro, suivi d'autres informations : nom de l'expéditeur, objet de la lettre, nom du destinataire.

5. La dématérialisation du courrier entrant

Dans un souci d'optimiser leur productivité et d'améliorer le service au client, les organisations de taille importante se tournent vers des solutions de gestion de documents électroniques pour traiter les courriers entrants ; le courrier est scanné puis classé dans des dossiers informatiques.

https://www.i-manuel.fr/SP_ADITGA/SP_ADITGAdocfic14.htm

3. Complétez les phrases avec les éléments appropriés. Traduisez le texte.

volume — suivre — envois — enregistrement — expédie — personnel — partenaires — expédition — gagner — service — enregistré — organisation — confirmation — indique — registre — numéro — objet — enveloppe — copie — date — coordonnées — recommandé — traiter — pli — dossier — délai — disposent

La gestion des flux de courriers sortants

1. Le courrier sortant (ou « courrier départ »)

Le courrier sortant est le courrier que l'organisation _____ à ses différents _____ (correspondance administrative, lettres ou documents commerciaux, coupons publicitaires, dossiers, etc.).

Le _____ de courrier à expédier varie en fonction du nombre de partenaires avec lesquels l'organisation est en relation.

2. La procédure d'_____ du courrier

Pour expédier le courrier, l'organisation est amenée à _____ une procédure dans laquelle on peut identifier :

- les étapes de la préparation des _____ (la collecte et l'_____ du courrier à expédier, la mise sous pli, l'affranchissement, le dépôt du courrier chez un prestataire) ;
- le _____ effectuant les différentes opérations ;
- les matériels utilisés pour faciliter le travail et _____ du temps.

La procédure d'expédition du courrier diffère d'une _____ à l'autre. Elle tient compte des critères propres à l'organisation : volume du courrier à expédier, existence d'un _____ courrier ou non...

3. L'enregistrement du courrier à expédier sur le _____ interne

Le courrier à expédier est _____ sur le **registre « courrier départ »** (support papier ou fichier informatisé). Cet enregistrement permet de retrouver facilement la _____ d'une expédition.

On _____ sur le registre :

- la _____ du jour ;
- le _____ départ (numéro croissant). La _____ du courrier conservée par le service émetteur porte le même numéro que celui du registre « courrier départ » ;
- les _____ du destinataire ;
- l'_____ du courrier ;
- le service expéditeur.

4. La préparation des envois

L'employé(e) chargé(e) de _____ le courrier sortant doit réaliser deux opérations :

– La **mise sous** _____ du courrier

- Le format de l'_____ est lié à celui du courrier.
- L'organisation utilise le plus souvent des enveloppes à fenêtre. Lorsqu'elle doit expédier plusieurs documents en un seul envoi ou transmettre un _____, elle utilisera des enveloppes à soufflet.

– L'**affranchissement du courrier**

Le tarif appliqué par les différents prestataires tient compte du poids de l'envoi, de sa nature (courrier simple ou _____), du _____ d'acheminement (normal ou express) et de la destination (France ou étranger).

Pour réaliser ces tâches, les organisations _____ le plus souvent de matériels très performants : plieuses, machines de mise sous enveloppes, machines à affranchir.

Matériels utilisés pour la préparation des envois		
La plieuse de courrier	La machine de mise sous enveloppe	La machine à affranchir
		
Elle effectue tous les types de plis à grande vitesse.	Elle permet de plier et mettre sous enveloppe le courrier et les mailings.	Elle pèse les envois et les affranchit immédiatement au bon tarif.

4. La présentation de la lettre commerciale ou administrative

B.C. Construction
15 rue de Paron
91370 VERRIÈRES-LE-BUISSON
Mél : bcconstruction@wanadoo.fr

À l'attention de M. BRUN
Service des ventes
Matériaux CHATEL
21 avenue Gabriel Péri
91260 JUVISY-SUR-ORGE

Vos réf. :
-
Nos réf. : ML/LR/126
Objet : Commande n° 184
P.J. : Bon de commande

Verrières-le-Buisson,
Le 23 septembre N

Monsieur,
Suivant le bon de commande n° 184 en date du 10 septembre N, nous vous avons commandé les marchandises suivantes :
- 6 linteaux granit L. 1,70 m x l. 15 x ht 30 cm
Vous deviez nous livrer ces marchandises le 20 septembre N.
Pourriez-vous avoir l'obligeance de nous fournir des explications concernant les motifs d'un tel retard ?
Nous restons dans l'attente d'une prompte réponse de votre part et vous remercions de nous donner le plus rapidement possible la nouvelle date de livraison prévue.
Nous vous prions d'agréer, Monsieur, l'assurance de nos salutations distinguées.

Le responsable des achats,
Michel LOPEZ

B.C. Construction – SAS au capital de 250 000 €
RCS ÉVRY 421 522 124 00035 – Code NAF : 4120A

Annotations: 1 (Logo), 2 (Recipient address), 3 (Reference), 4 (Sender reference), 5 (Subject), 6 (Attachment), 7 (Body text), 8 (Signature). Marges: 2,5 cm (left and right), Tabulation 9 cm.

1. Introduction : la charte graphique

L'organisation donne une certaine image d'elle-même à travers les documents qu'elle diffuse auprès de ses différents partenaires ; elle doit, par conséquent, apporter un soin particulier au moment de la rédaction et de la présentation de ces documents.

La charte graphique définit l'aspect esthétique des différents supports de communication créés par l'organisation. Son rôle est d'harmoniser les pratiques de présentation ; la charte s'impose à tous les services de l'entreprise.

2. La présentation de la lettre commerciale ou administrative

Il existe certaines règles de mise en forme, qui facilitent la lisibilité du message.

La présentation des documents s'organise principalement autour de trois éléments : le support, la mise en page et la typographie.

2.1 Le support

Le papier doit être uni, de couleur blanche et de bonne qualité. La lettre est présentée sur une feuille de format A4 (210 x 297 mm). L'épaisseur du papier est de 80 g (c'est-à-dire 80 g au mètre carré).

2.2 La mise en page

La mise en page de la lettre consiste à répartir harmonieusement les informations sur la page. L'équilibre de cette répartition contribue à sa lisibilité.

① L'en-tête est la partie en haut à gauche de la lettre avec les coordonnées de la société expéditrice ; les éléments (nom de la société, adresse, téléphone, fax, e-mail) sont de préférence disposés les uns en dessous des autres. L'impression de l'en-tête peut être confiée à un imprimeur (réalisation du logotype).

à la française

LA FOURMI INFORMATIQUE
21 rue du Bourg Tibourg
75004 PARIS

Christelle DESLOGIS
15 rue du Commerce
75015 PARIS

Objet :
V/Candidature

Paris,
le ...

Madame,

À la suite de notre entretien et de votre essai professionnel du ... (date) courant, nous avons le regret de vous informer que votre candidature n'a pas été retenue.

Nous vous remercions d'avoir pensé à nous offrir votre collaboration et vous souhaitons de trouver rapidement l'emploi que vous recherchez.

Nous vous prions d'agréer, Madame, l'expression de nos sentiments distingués.

Le Gérant,
F. TURPINO

à l'américaine

LA FOURMI INFORMATIQUE
21 rue du Bourg Tibourg
75004 PARIS

MCT/JCP

Paris, le 15 juin 201N

Christelle DESLOGIS
15 rue du Commerce
75015 PARIS

Madame,

À la suite de notre entretien et de votre essai professionnel du ... (date), et sous réserve de l'examen médical obligatoire d'embauche, nous avons le plaisir de vous annoncer que votre candidature a été retenue pour le poste de secrétaire au sein de notre Société à partir du ... (date) à ... h.

Toutes les conditions de votre engagement sont contenues dans le contrat de travail que vous voudrez bien signer dès votre arrivée.

Recevez, Madame, nos salutations distinguées.

Le Gérant,
F. TURPINO

② L'adresse du destinataire comporte 6 lignes maximum (code postal sans espace, ville en majuscules).

③ La date et le lieu sont positionnés en haut à droite de la lettre.

④ Les références de la lettre : il s'agit, le plus souvent, des initiales du signataire de la lettre, suivies des initiales de la secrétaire et d'un ordre de classement.

⑤ L'objet de la lettre permet au destinataire d'identifier rapidement le courrier et de l'acheminer vers le service concerné.

⑥ P.J. : « Pièces jointes », sous l'objet, indique la présence de documents annexés au courrier.

⑦ Le corps de la lettre est la partie centrale introduite par un titre de civilité (Madame, Mademoiselle, Monsieur, Messieurs). Il commence au niveau du milieu de la page, chaque nouveau paragraphe s'aligne sur la formule d'appel.

Les paragraphes sont séparés par des interlignes. La présence de l'interlignage permet de repérer la structuration du texte (mise en évidence du plan de la lettre).

Remarque : deux présentations sont possibles : « à la française » (le texte présente un retrait sur la première ligne de chaque paragraphe) et « à l'américaine » (le texte est aligné contre la marge de gauche).

La formule de politesse est le dernier paragraphe de la lettre avant la signature.

⑧ La signature est manuscrite et suivie de la mention indiquant le nom et la qualité du signataire (Gérant, Directeur commercial, etc.). La signature se situe à droite dans la moitié inférieure de la (dernière) page.

https://www.i-manuel.fr/SP_AD/SP_ADdocfic17.htm

Vocabulaire

charte <i>f</i> graphique	ідентифікація за допомогою графічних засобів
rédaction <i>f</i> des documents	написання документів
apporter un soin particulier	проявляти особливу ретельність
supports <i>m pl</i> de communication	засоби комунікації, документація
présentation <i>f</i>	оформлення, зовнішній вигляд
lisibilité <i>f</i>	чіткість, розбірливість, ясність
mise <i>f</i> en page	розмітка сторінки, верстка
en-tête <i>f</i>	заголовок
impression <i>f</i>	друкування
société <i>f</i> expéditrice	компанія відправник

support <i>m</i>	носії інформації, папір
adresse <i>f</i> du destinataire	адреса одержувача
références <i>f pl</i> de la lettre	індекс документа
ordre <i>m</i> de classement	порядковий номер у журналі реєстрації
objet <i>m</i> de la lettre	тема листа
acheminer vers le service	передавати, пересилати у підрозділ
pièces <i>f pl</i> jointes	додатки до листа
corps <i>m</i> de la lettre	основна частина, зміст листа
titre <i>m</i> de civilité	звертання
formule <i>f</i> de politesse	формула ввічливості
signature <i>f</i>	підпис

1. Trouvez dans le texte les équivalents des mots et expressions suivants :

написання ділових листів — особливості ділового листа — діловий лист завжди відповідає конкретній меті — сплата боргу — запрошення на переговори — пропозиція послуг — передача інформації — зміст листа — розглядати кожну тему в окремих листах — компетентність працівників — відсутність помарок — розбірливість — відсутність помилок — вимоги до використання професійного стилю — пошук особистого стилю — творчий підхід — правила набору та верстки — формули звертання та привітання — забезпечити точність наданих даних — уникнути непорозумінь — просторово-часові свідомості — додатки до листа — дотримання граматики, орфографії — використання великих літер — позначення часу і дати — простота вираження — передача повідомлення — речення слід будувати відповідно до типової граматичної структури французького речення — будувати короткі речення — способи і часи, що використовуються, відповідають способам і часам усного мовлення — слід надавати перевагу активній формі — ввічливий тон — нікати звинувачень чи образливих висловлювань — розпалити конфлікт — використовувати строгий, але коректний стиль — лаконічність

Technique de rédaction de lettre d'affaires

La rédaction d'une lettre d'affaires obéit à certain nombre de règles et de principes tant de forme que de fond.

I- Quelles sont les caractéristiques de la lettre d'affaires ?

On distingue plusieurs caractéristiques lors de la rédaction d'une lettre d'affaires :

1. Rédaction en fonction d'un but précis : la lettre d'affaires répond toujours à un but précis : paiement de créance, invitation à des pourparlers, offre de services, communication de renseignements, etc. Le but doit guider le rédacteur dans le contenu de la lettre, à défaut de quoi le message pourrait s'obscurcir, et la lettre, perdre de son efficacité. Aussi, il est déconseillé de correspondre avec une personne à propos de deux sujets distincts. Il est plus judicieux que chaque sujet soit traité dans des lettres séparées.

2. Présentation d'aspect professionnel : une entreprise sera jugée de l'extérieur d'après la qualité formelle et linguistique de sa correspondance. Les lettres devront donc se faire le miroir de l'entreprise et revêtir un aspect hautement professionnel qui suggérera une certaine compétence de la part du personnel. Propreté (sans ratures) et lisibilité (clair et sans erreurs) devront être de rigueur. Au passage, il faut souligner que le style professionnel diffère du style littéraire. Le premier repose uniquement sur la correction de la langue : l'originalité issue de la recherche d'un style personnel n'y trouve pas sa place ; le second fait appel à la créativité et témoigne de la personnalité de l'auteur (l'artiste).

3. Respect d'un certain formalisme et conventionnalisme : la présentation de la lettre suit des règles de dactylographie et de disposition bien précises. Les formules d'appel et de salutation sont plus ou moins figées mais restent d'actualité.

4. Précision des données : le rédacteur d'une lettre d'affaires doit s'assurer de la précision des données fournies ou des renseignements demandés afin d'éviter les malentendus, interprétations, ou encore les délais inutiles. Lors de la rédaction d'une lettre d'affaires, l'expéditeur précisera toutes les coordonnées spatio-temporelles, les informations demandées, les pièces jointes si nécessaire.

II - Quelles sont les exigences du recours au style professionnel ?

1. Exigence de langue soutenue : la correspondance d'affaires doit être rédigée dans une langue soutenue. La langue soutenue se caractérise par l'utilisation du mot juste et par le respect de la grammaire, de l'orthographe, des règles d'usage et des normes relatives, entre autres, à l'emploi des majuscules, aux techniques d'abréviation ainsi qu'à l'indication de l'heure et de la date. Enfin, la langue soutenue se distingue par sa simplicité.

2. Exigence de syntaxe française type : dans la lettre d'affaires, la simplicité d'expression doit primer ; le message (but) passe avant la forme. L'aspect esthétique (idéal pour le style littéraire) est relayé au second plan au profit de la communication d'un message. En effet, le recours aux procédés stylistiques risque de brouiller le message. L'omission du verbe et les inversions de type « complément + verbe + sujet » (Exemple : « du service des ressources humaines est issu cette fiche de paie ») n'y trouvent pas leur place. Chaque phrase sera plutôt construite selon la structure

grammaticale type de la phrase française : sujet (s)+ (pronoms complément) + verbe (v)+ compléments (c) ou attributs. Illustration, on écrira tout simplement : nous (s) vous (p) remercions (v) de votre franche collaboration(c).

3. Exigence de phrases courtes : Pour respecter le style professionnel, il faut également construire des phrases courtes de deux à quatre lignes tout au plus. Ainsi, on supprimera les mots inutiles, on évitera les tournures lourdes, on substituera un nom à une proposition subordonnée et on construira plusieurs phrases simples plutôt qu'une longue phrase complexe regroupant quantité de propositions indépendantes.

4. Exigence de mode et temps de la langue orale : les modes et temps utilisés correspondent à ceux de la langue orale. Le passé simple et le passé antérieur de l'indicatif ainsi que l'imparfait et le plus-que parfait du subjonctif sont à éviter. La forme active doit être privilégiée. Il faut résolument être dans la dynamique de l'action.

5. Exigence de ton neutre et courtois : Dans le milieu des affaires, une attitude rationnelle doit toujours gouverner les rapports professionnels. Un ton neutre et courtois reste la caractéristique principale de toute lettre d'affaires. En effet, quel que soit le grief que l'on a à l'encontre du destinataire, la mesure et la politesse sont d'usage. Les mots devront être choisis avec diplomatie et prudence si l'on veut obtenir des résultats. Il faut éviter d'envoyer une lettre à un partenaire en portant des accusations ou en formulant des propos vexants. Cela peut attiser le conflit et traduire un manque de contrôle sur son émotivité. Aussi, le vouvoiement sera de rigueur lorsque l'on s'adresse au destinataire. La lettre d'affaires fait appel à un style dépouillé mais correct, un style dominé par le souci de concision et axé sur la communication d'un message rédigé avec psychologie.

6. Exigence de brièveté : une lettre d'affaires ne doit pas compter plus de deux ou trois pages sauf cas exceptionnels.

<https://fr.linkedin.com/pulse/technique-de-rédaction-lettre-daffaires-tiereyaon-dabire>

2. Complétez le tableau avec les éléments manquants :

numéro — montant — code — mention — adresse — nom — téléphone — compte — boîte — forme — en-tête

Les en-têtes de lettres

Toutes les entreprises se servent de papier à _____ généralement pré-imprimé et qui doit comporter les rubriques suivantes :

- _____ de l'entreprise ;
- _____ juridique de la société ;

- _____ du capital social s'il y a lieu ;
- _____ d'immatriculation au Registre du Commerce (ce numéro permet à toute personne d'obtenir des renseignements sur une société ou un commerçant en consultant le Registre du Commerce) ;
- _____ d'activité principale exercée par la société (Code APE) ;
- l'_____, qui peut être précédée de mention B.P. (Boîte Postale) si l'entreprise a une boîte postale ou de CEDEX (Courrier d'entreprise à distribution exceptionnelle) ;
- la _____, lorsqu'il s'agit d'une entreprise individuelle, de son appartenance ou non à un centre de gestion agréé par l'administration fiscale.

Toutes ces mentions sont obligatoires: le Code du Commerce impose aux entreprises d'indiquer ces informations sur les documents externes à l'entreprise.

D'autres mentions sont facultatives, à savoir :

- le numéro de _____, numéro de télécopie ou de télex,
- le numéro de _____ postale,
- le numéro de _____ bancaire.

Dans la pratique, elles figurent très souvent dans l'en-tête des lettres commerciales ou dans le bas de la feuille (préimprimée).

3. Trouvez à quelle partie de la lettre correspondent les exemples des formules utilisées ci-dessous et traduisez-les.

la conclusion — l'introduction — erreurs à éviter — la formule d'appel — la formule de politesse

Quelques exemples des formules utilisées

- _____
- Monsieur, Madame, Mademoiselle,
- Cher Monsieur, Chère Madame, lorsqu'on connaît la personne à qui l'on s'adresse,
- Maître lorsque l'on écrit à un notaire, un avocat ou un conseil juridique même si c'est une femme,
- Monsieur le Préfet ou Monsieur le Commissaire de la République,

- _____
- Nous avons le plaisir de vous informer que _____ que nous sommes en mesure de répondre favorablement à votre demande.
- Nous vous serions reconnaissants de bien vouloir nous envoyer votre catalogue.
- Veuillez nous faire parvenir les articles suivants :
- Veuillez trouver ci-joint ...
- Nous accusons réception de votre courrier en date du ...
- Nous vous confirmons votre courrier du ...
- Conformément à vos instructions, nous vous livrons les articles demandés, à savoir : ...

— En réponse à votre lettre du ..., nous vous signalons que nous procéderons à l'expédition de ...

- ---

— Nous vous saurions gré de bien vouloir nous communiquer votre réponse dans les meilleurs délais.

— Nous vous serions reconnaissants de nous répondre par retour de courrier.

— Nous vous réitérons nos regrets...

— Nous vous prions de bien vouloir nous excuser pour ce contre-temps.

— Nous nous permettons donc de solliciter un délai de paiement de ... (jours ou semaines).

— Nous espérons que cet incident (ou contretemps) ne nuira pas à nos bonnes relations.

— Nous vous renouvelons nos excuses pour ce retard tout à fait indépendants de notre volonté.

— Sans réponse de votre part dans les 8 jours, nous nous verrons dans l'obligation de remettre votre dossier à notre service contentieux.

- ---

— Lettre d'égal à égal : Recevez, Monsieur, nos salutations distinguées. Veuillez recevoir, Monsieur, l'assurance de nos salutations distinguées.

— Lettre d'un inférieur à un supérieur hiérarchique : Nous vous prions d'agréer, Monsieur, l'expression de nos sentiments respectueux.

— Lettre d'un supérieur à un inférieur hiérarchique : Veuillez agréer, Monsieur, l'assurance de notre parfaite considération.

- ---

— « Veuillez agréer l'expression de nos salutations distinguées » constitue une faute de syntaxe : on agréé l'expression de sentiments mais pas des salutations. On utilisera la formule : « Veuillez agréer, M. ..., nos salutations distinguées. »

— « Salutations empressées » est une formule obséquieuse à éviter, sauf lorsque l'on veut s'excuser d'une faute grave.

— « Assurance » ne s'emploie pas d'inférieur à supérieur hiérarchique.

— La formule « l'expression de nos sentiments » est de moins en moins utilisée et est à proscrire absolument lorsqu'un homme s'adresse à une femme.

4. Traduisez le texte.

Правила оформлення та структура ділового листа

Формування репутації підприємства з боку партнерів і клієнтів багато в чому залежить від здатності грамотно складати, оформляти і вести службову кореспонденцію. Для цього співробітникам підприємства необхідно дотримуватися правил зовнішнього або внутрішнього ділового листування.

1. Організація повинна використовувати власні фірмові бланки з реквізитами (логотипом, спеціальним шрифтом, контактними даними і повною назвою).
2. При оформленні листа слід дотримуватися типової розмітки сторінки. Загалом листи пишуться на лицьовій стороні бланка. Якщо йдеться про декілька листів, то використовуються також лицьові сторони і на кожній з них ставиться номер.
3. Офіційно-діловий стиль службового листа передбачає короткий виклад змісту, конкретне формулювання, вживання штампів і шаблонних зворотів.

Загальна структура службового листа наступна:

- Починається лист з шанобливого звернення. У вступній частині стисло вказується намір, констатація факту, введення в суть вирішуваних проблем.
- В основній частині описується подія, ситуація, що склалася, змістовний аналіз і вагомні докази.
- Заключна частина містить обґрунтовані висновки у вигляді переконливого прохання, прийнятної пропозиції, делікатного нагадування, зваженої думки, можливої відмови. Підпис у ввічливій формі.

5. Lisez la lettre ci-dessous et associez les indications données dans le désordre aux parties correspondantes de la lettre.

- a) Nom et adresse de l'expéditeur (raison social et siège social)
- b) Développement (détails concernant le problème et l'offre commerciale)
- c) Forme juridique de l'entreprise
- d) Document(s) envoyé(s) avec la lettre
- e) Titre de civilité
- f) Identification de la lettre à laquelle on répond
- g) Conclusion
- h) Motif de la lettre
- i) Signataire (titre de celui qui écrit, sa signature et son nom)
- j) Identification de la lettre que l'on écrit
- k) Lieu et date d'expédition
- l) Site Internet
- m) Introduction (référence à ce qui motive la lettre)
- n) Formule de politesse
- o) Numéro d'immatriculation au registre du commerce (RCS)
- p) Nom et adresse du destinataire

DÉCOMAISON

25 rue d'Antin
55800 Lille
Tél : 03 86 38 45

Madame Lefèvre
58 boulevard Raspail
75006 Paris

Vos réf : V / lettre du 16 juin
Nos réf : XM / AL 09876

Lille, le 20 juin 20..

Objet : V / abonnement
PJ : Offre promotionnelle

Madame,

Nous accusons réception de votre demande d'abonnement à notre revue *Décomaison* et nous vous remercions de votre confiance.

Malheureusement, un retard de livraison ne nous permet pas de vous envoyer le cadeau que nous vous avons réservé. À notre grand regret, nous ne pourrons vous le faire parvenir que fin juillet.

Nous avons le plaisir de vous adresser ci-joint une offre promotionnelle pour un magazine de votre choix.

Nous vous présentons toutes nos excuses pour ce fâcheux contretemps.

Nous vous prions de croire, Madame, à nos sentiments dévoués.

Le responsable des relations clientèle



Xavier Molina

S.A. au capital de 89 000 € – RCS Lille B 345 987 123 – www.decomaison

Anne-Lyse Dubois, Béatrice Tausin, Objectif Express 2, Hachette, 2016

6. Lisez le texte sur la ponctuation, traduisez-le.

■ Les éléments de séparation entre phrases ou propositions

Le point est le signe le plus indispensable. Il délimite une phrase qui doit contenir une seule idée.

La virgule marque une pause à l'intérieur de la phrase. Elle s'utilise entre les éléments d'une série, entre des expressions ou des propositions circonstancielles d'une certaine longueur, entre deux propositions séparées par des conjonctions.

Le point-virgule marque une pause de moyenne durée à l'intérieur d'une phrase. Il unit des phrases complètes, logiquement associées. On ne met pas de majuscule après un point-virgule.

Le deux-points s'emploie pour annoncer la citation d'un texte, la reproduction des paroles de quelqu'un ou pour introduire une énumération. Il peut être utilisé pour annoncer la cause, la conséquence ou la synthèse de ce qui précède.

Les points de suspension vont par trois. Ils indiquent qu'une phrase est inachevée. Ils n'ont pas de raison d'être dans un courrier commercial qui doit être précis. Ils sont inutiles après *etc.*

■ Les autres signes

Le trait d'union est, comme son nom l'indique, un signe d'unité. Il s'utilise dans les mots composés (ex. : compte-chèques, laissez-passer). Il s'utilise dans les expressions interrogatives : « Qu'y a-t-il ? » et entre *même* et le pronom auquel il se rapporte : moi-même, vous-même, etc. Quand un impératif est suivi d'un pronom qui en dépend, on les relie par un trait d'union : Dites-le-lui. Mais on ne met pas de trait d'union si le pronom dépend d'un autre verbe : « Veuillez lui remettre ce chèque »

L.Bas, C.Driot-Hesnard, J.Landais. La correspondance commerciale française, Nathan

Le tiret : il est plus long, quant à la typographie, que le trait d'union. Il indique une rupture dans la pensée ou un détail que l'on veut souligner tout en l'insérant dans une phrase. Lorsque les mots entre tirets terminent une phrase ou une sous-phrase (deux points), le second tiret disparaît.

Les parenthèses s'emploient surtout pour intercaler dans un texte des indications accessoires. Le lecteur aura donc tendance à survoler ce qui est entre parenthèses. Il est donc prudent, si l'on veut inclure des informations importantes, de ne pas les placer entre parenthèses et de faire, dans ce cas, une phrase distincte.

Les guillemets s'emploient pour rapporter les paroles de quelqu'un. Si le passage entre guillemets demande après lui un signe de ponctuation (point d'interrogation, d'exclamation, point, deux points), celui-ci se place avant le second guillemet ; si le passage entre guillemets ne demande pas de signe de ponctuation, la ponctuation se place après le second guillemet.

■ Règles d'espacement dans la ponctuation

Pas d'espace avant <i>et</i> Pas d'espace après	/ ' —	Barre oblique Apostrophe Trait d'union
Pas d'espace avant <i>mais</i> Un espace après	. , ... ° *	Point Virgule Point de suspension Symbole degré Astérisque
Un espace avant <i>et</i> Un espace après	; : ! ? %	Point virgule Deux points Point d'exclamation Point d'interrogation Symbole pourcentage
Un espace à l'extérieur <i>mais</i> Pas d'espace à l'intérieur	() [] { } « »	Parenthèses Crochets Accolades Guillemets

5. Le message électronique

L'ART DE LA GESTION DE COURRIELS EN BREF...



https://www.csslaval.ca/wp-content/uploads/2019/11/GuideCourriel_web_-3.pdf

1. La définition Le **message électronique** (ou **e-mail** ou **courriel**) est un document saisi, consulté ou transmis au moyen du courrier électronique. Il peut être accompagné de fichiers textes, images et sons.

Le courrier électronique est le service permettant, aux utilisateurs habilités, la saisie, la consultation différée et la transmission, sur des ordinateurs connectés en réseau Intranet ou Internet, de documents informatisés ou de messages électroniques.

2. Les caractéristiques

Moins formel que le message écrit, le message électronique est transmis plus rapidement, plus directement.

Il devient le moyen le plus utilisé par les entreprises pour communiquer à distance. En interne, cet outil favorise la diffusion sélective ou élargie de l'information.

Il permet de joindre des fichiers au message ; la compression des fichiers améliore la rapidité de la transmission et de la réception.

3. Le style de rédaction et de présentation

Le message électronique professionnel doit respecter certaines règles. La **netiquette** définit les règles de conduite et de politesse à adopter lors de la rédaction de messages électroniques.

- Il faut commencer par la formule d'appel. Il n'y a pas besoin d'indiquer la date, le lieu, l'expéditeur et le destinataire comme sur un courrier classique. Cela se fait automatiquement ; il suffit de remplir les fenêtres prévues à cet effet par la messagerie électronique. Le message sera automatiquement daté avec l'heure de son envoi. La formule d'appel est plus directe surtout lorsque l'on a des relations professionnelles habituelles avec la personne. Par exemple, « Bonjour » ou le prénom de la personne est suffisant.
- L'objet du message est très précis.
- Le texte du message est concis et le style direct. En cas de réponse à un courrier, reprendre quelques éléments du message original, ce qui facilitera la compréhension du correspondant.
- La formule de politesse est simplifiée (« Cordialement », « Bien à vous », « Sincères salutations », « Courtoisement », etc.) ;
- La signature : prénom et nom de l'expéditeur, éventuellement la fonction.

La rapidité de la rédaction ne doit pas faire oublier la relecture et la correction des fautes d'orthographe.

4. La valeur de preuve du courrier électronique

Depuis la loi du 13 mars 2000, un courrier électronique a la même valeur qu'un courrier papier. Deux conditions sont à respecter :

- il faut pouvoir identifier de façon absolue la personne dont émane le message (pour cela, il faudra être équipé de terminaux sécurisés, authentifiant la signature) ;
- le message électronique doit être établi et conservé dans des conditions de nature à en garantir l'intégrité.

5. Le message électronique et la confidentialité

Un message électronique peut être intercepté, modifié très facilement. Seule la signature numérique permet de crypter les messages avec une clé privée. Le récepteur devra disposer également d'une clé pour lire le message qui lui est destiné.

6. Quelques fonctionnalités

Plusieurs fonctionnalités du logiciel de messagerie enrichissent cet outil de communication en offrant la possibilité de :

- créer des dossiers pour classer ses messages ;
- envoyer des images ;
- créer des signatures personnalisées ;
- prévenir les interlocuteurs de son absence ;
- s'assurer que le message a bien été reçu (accusé de réception).

https://www.i-manuel.fr/SP_AD/SP_ADdocfic14.htm

Vocabulaire

message <i>m</i> électronique, e-mail, courriel	електронний лист, повідомлення
fichiers <i>m pl</i> textes	текстові файли
saisir	вводити дані в комп'ютер
utilisateurs <i>m pl</i> habilités	користувачі, які мають право
consultation <i>f</i> différée	відкладений перегляд
documents <i>m pl</i> informatisés	комп'ютеризовані документи
joindre des fichiers	прикріпити файли
diffusion <i>f</i> sélective ou élargie de l'information	вибіркове або розширене розповсюдження інформації
compression <i>f</i> des fichiers	стиснення файлів
netiquette <i>f</i>	Інтернет-етикет
heure <i>f</i> de l'envoi	час відправлення
style <i>m</i> direct	прямий стиль
texte <i>m</i> concis	лаконічний, стислий, короткий текст
formule <i>f</i> de politesse simplifiée	спрощена формула ввічливості
valeur <i>f</i> de preuve	підтверджена законність
terminaux <i>m pl</i> sécurisés	безпечні, надійні термінали
identifier de façon absolue la personne	абсолютно точно ідентифікувати особу
authentifier la signature	підтвердити справжність підпису
crypter les messages	шифрувати повідомлення
logiciel <i>m</i> de messagerie	програмне забезпечення електронної пошти
créer des signatures personnalisées	створювати персоналізовані підписи

1. Complétez le tableau avec les éléments manquants :

remercier — saluer et prendre congé dans un courriel / un mail — exprimer une obligation / un besoin/ une intention — demander la disponibilité

Pour _____		
— (Est-ce que) tu es/vous êtes libre/ disponible /là... ?		
Pour _____		
— Je te /vous remercie. Merci beaucoup. Merci bien. Merci d'avance.		
Pour _____		
— Je dois téléphoner à Mme Langlois. — Nous devons organiser une réunion. — J'ai besoin de contacter Mme Langlois. — Je voudrais préparer un planning pour notre mission en Argentine.		
Pour _____		
	Pour commencer	Pour terminer
Formel	Chère madame / Cher monsieur Madame / Monsieur Madame / Monsieur + nom	(Très) cordialement Sincères salutations
Neutre	Bonjour	A bientôt Cordialement Bien à vous
Amical	Bonjour + prénom Salut !	A + Bisous / Bises

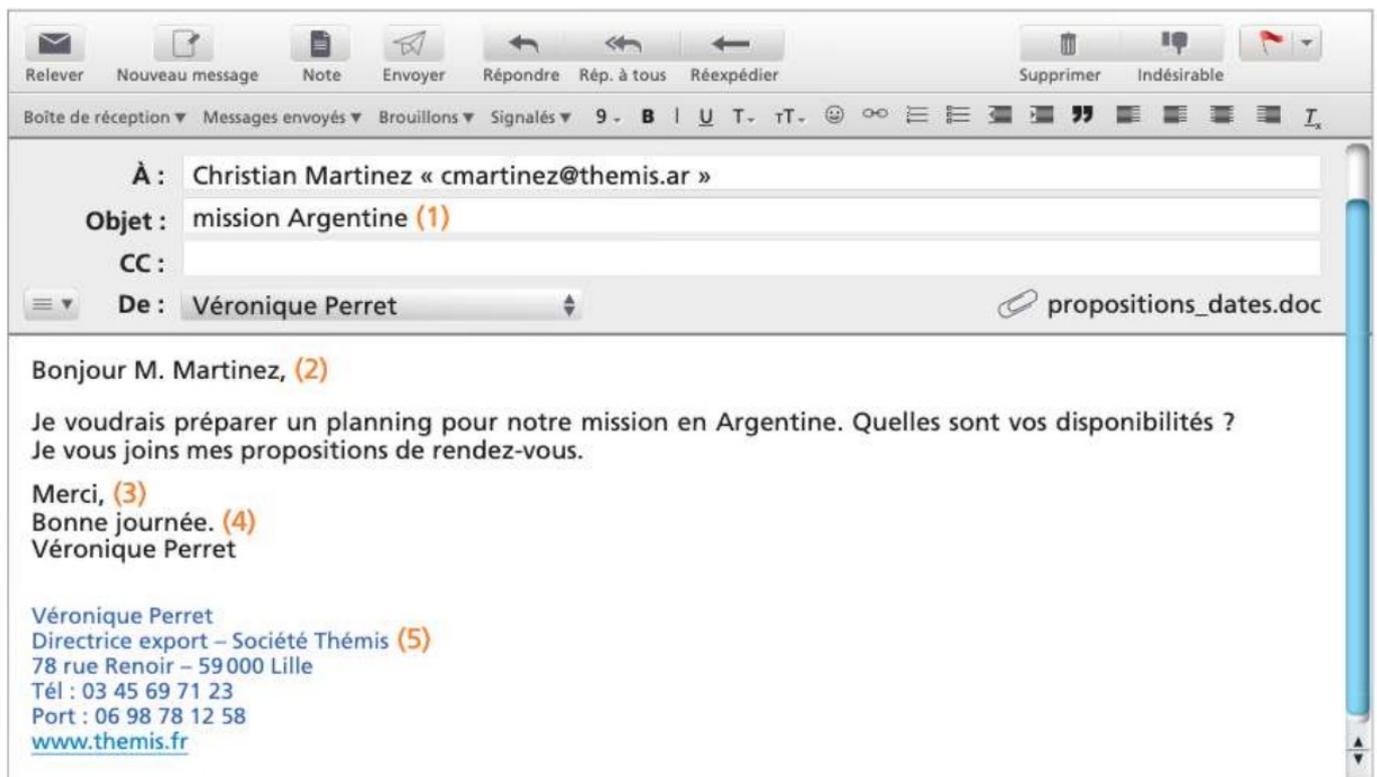
2. Trouvez dans le texte des messages électroniques 1 et 2 ci-dessous les expressions pour :

- demander la disponibilité :
- exprimer une obligation /un besoin/ une intention :
- saluer dans un courriel :
- remercier :
- prendre congé dans un courriel :
- indiquer la raison de son message :

Courriel 1



Courriel 2



Anne-Lyse Dubois, Béatrice Tausin , Objectif Express 1, Hachette, 2013

3. Lisez le courriel 2 et trouvez la partie numérotée qui convient à chaque phrase ci-dessous :

- a.** On remercie : « Merci d'avance/ de votre aide/ de votre réponse / de votre attention .»
- b.** On termine avec une formule de politesse (formelle, neutre ou amicale) adaptée à la situation : « A bientôt », « Bonne journée », « Bonne semaine ».
- c.** On commence par une salutation (formelle, neutre ou amicale). On peut personnaliser : « Bonjour monsieur » ou « Bonjour madame » ou « Bonjour M.Dupont » ou « Bonjour Stéphane ».
- d.** On signe avec son nom complet, le nom de sa société, sa fonction et ses coordonnées (pas pour un collègue).
- e.** On indique de manière claire et précise la raison de son message.

4. Observez les courriels 1 et 2 et repérez le vocabulaire informatique. Trouvez les termes informatiques équivalents en ukrainien.

VOUS CLIQUEZ SUR

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

5. Votre entreprise va présenter un nouveau produit. Vous faites un courriel pour inviter un client à la présentation. Utilisez les phrases et expressions suivantes :

Un petit mail pour vous inviter au salon ... auquel nous participons.

Nous serions ravi de vous voir à nos côtés pendant cet événement.

Notre entreprise participe au salon ..., le plus grand événement ... de l'Europe pour présenter nos nouvelles innovations.

Venez profiter de conférences inédites avec des intervenants comme ...

Le salon se déroule à partir du ... pendant ... jours.

N'hésitez pas à prendre rendez-vous avec une personne de notre équipe pour qu'elle vous fasse découvrir nos ... (innovations).

6. Faites correspondre chaque conseil à la partie correspondante du courriel.

Conseils pour rédiger un courriel professionnel :

- a. **Soyez précis** L'« objet » est très important. Il doit être clair et précis. Indiquez si c'est urgent.
- b. **Signez le courriel** Indiquez le nom du signataire, le nom de la société, l'adresse postale, le numéro de téléphone, l'adresse e-mail.
- c. **Faites attention aux envois en nombre** Si vous envoyez un e-mail à plusieurs personnes, placez les adresses dans le champ « Copie conforme invisible » (CCI). Ainsi l'adresse des autres destinataires sera invisible.
- d. **Soignez la rédaction** Évitez les abréviations et le style SMS réservés aux amis. Rédigez des phrases courtes et bien construites.
 1. Choisissez la bonne interpellation.
 2. Indiquez le motif du courriel.
 3. Donnez les informations, demandez des renseignements...
 4. Concluez.
 5. Prenez congé avec une formule de politesse simple.
- e. **Sélectionnez les bons destinataires**
 1. Le courriel doit être adressé à la ou aux personne(s) concernée(s) (À).
 2. Placez en « Copie conforme » (CC) les personnes qui doivent être informées.
- f. **Vous répondez** Cela se fait automatiquement (« Re : » apparaît dans l'objet). Attention aux « réponse » ou « transfert », « reply » ou « forward » trop nombreux : on ne sait plus qui a écrit, pour dire quoi.
- g. **Vous « transférez » un courriel** Avez-vous la permission de l'auteur ?

À : itrudan@gmail.com 1

De : isevrac@crusex.com

CC : 2 CCI : 3

Objet : Re: Votre demande de devis 4 5 PDF Votre devis Conditions générales de vente

Répondre Répondre à tous Transférer 6

Cher Monsieur, 7

Nous vous remercions de votre intérêt pour nos croisières.
Nous avons le plaisir de vous proposer un devis pour la croisière de Ushuaïa à Valparaiso du 3 au 16 mars à bord de notre navire : LE SENTOR. 8

Nous vous demandons de bien vouloir lire avec attention nos conditions de vente ci-jointes. 9

Si vous souhaitez confirmer votre participation à ce voyage, nous vous invitons à prendre contact avec notre service de réservation.

Toute l'équipe de Crusex reste à votre entière disposition. 10

Nous vous remercions de votre confiance et vous prions de recevoir, cher Monsieur, nos meilleures salutations. 11

Votre conseillère voyage
Isabelle Sevrac

Crusex Croisières
118 avenue du Prado
13008 Marseille
Tél. : 04 78 65 21 45
isevrac@crusex.com
www.crusex.com 12

6. La lettre de vente



Afin d'étendre sa clientèle, l'entreprise doit prendre l'initiative d'attirer l'attention sur les produits qu'elle fabrique ou les services qu'elle est en mesure d'offrir. La lettre de vente permet de proposer dans le but de convaincre les prospects et de les transformer en clients. Cette lettre peut également prendre la forme d'un e-mail.

Suivant son type d'activité et son importance, l'entreprise assure la promotion de ses produits ou services par divers moyens : utilisation d'annonces dans la presse, d'affiches, de campagnes publicitaires par l'intermédiaire de la télévision ou de la radio, visite de la clientèle par des représentants, mais aussi envoi de correspondance sous forme de circulaire. Ce dernier procédé est de plus en plus employé sous la forme de mailing ou publipostage, c'est-à-dire opération qui consiste à expédier la même lettre à un nombre important de clients ou de prospects (personnes ou entreprises susceptibles de devenir clients). Il présente de nombreux avantages : ciblage affiné de la clientèle, possibilité d'adapter les messages promotionnels, contrôle immédiat de l'impact d'une campagne publicitaire.

Pour mesurer l'impact d'une campagne et établir d'utiles comparaisons entre différents mailings, on peut recourir à une fiche de suivi. De même, on peut calculer le rendement d'un publipostage.

Plan du courrier consiste à :

- Présentation de la marchandise ou de service à fournir dans une introduction accrocheuse.
- Développement des arguments qui susciteront l'intérêt en insistant sur les points forts ; prévoir les objections du lecteur ;
- Conclusion devant emporter l'adhésion définitive et annonce de l'envoi de catalogue ou tarif ;
- Envoi d'aide à la réponse (carte-réponse ou bulletin de commande).

Le client doit avoir l'impression d'une sollicitation individuelle et directe comme le serait la visite d'un représentant. Sous l'aspect d'une lettre ordinaire mais personnalisée, cette offre doit retenir l'attention, éveiller l'intérêt et conduire à la décision d'achat. Il faut donc s'adresser au lecteur directement, avec des phrases courtes en lui proposant la solution à l'un de ses problèmes. Le ton est celui de la conversation, très direct, et cherche à faire réagir le lecteur.

Chaque paragraphe développe un nouvel argument, les arguments essentiels étant placés au début et à la fin du texte. L'émetteur s'implique en utilisant le pronom

« nous » et implique le destinataire en le prenant à témoin par des questions, des impératifs.

Vocabulaire

attirer l'attention sur ...	привернути увагу на
étendre sa clientèle	розширити клієнтську базу
lettre <i>f</i> de vente	рекламний лист
convaincre	переконувати
prospect <i>m</i>	потенційний клієнт
transformer en clients	зробити клієнтами
campagnes <i>f pl</i> publicitaires	рекламні кампанії
promotion <i>f</i> des produits	стимулювання збуту товарів
circulaire <i>f</i>	циркулярний лист
mailing <i>m</i>, publipostage <i>m</i>	розсилка, пряма розсилка
ciblage <i>m</i> affiné de la clientèle	ретельне визначення клієнтів
messages <i>m pl</i> promotionnels	рекламні , акційні повідомлення
mesurer l'impact de ...	вимірювати вплив
fiche <i>f</i> de suivi	карта спостереження, відстежування
présentation <i>f</i> de la marchandise	презентація товару
introduction <i>f</i> accrocheuse	приваблива вступна частина
susciter l'intérêt	викликати інтерес, зацікавленість
insister sur les points forts	підкреслити сильні сторони
bulletin <i>m</i> de commande	форма замовлення
proposer la solution à l'un des problèmes de client	запропонувати рішення однієї з проблем клієнта
publipostage <i>m</i>, mailing <i>m</i>	пряма розсилка

1. Trouvez dans le texte d'exemple de lettre de vente les équivalents des mots et expressions suivants :

радий надіслати вам пропозиції цього місяця від — пропонує вам найвигідніші ціни — що допоможуть вам заощадити гроші — у доданому документі — ви знайдете добірку товарів — гарантують вам вигідну пропозицію — ми повернемо вам гроші — ви знайдете дешевше в іншому місці — саме час скористатися цією пропозицією — додаткові переваги — чудовий подарунок до кожного замовлення — бажаю вам приємних покупок — повернувши бланк

замовлення — безпосередньо на нашому сайті — будете задоволені або вам повернуть гроші

Prénom][NOM]
[Adresse1]
[Code Postal] [VILLE]
Tél. : 01.23.45.67.89

[Nom Destinataire]
[Code Postal][VILLE]

Paris, le ...

Offres exceptionnelles

Madame, Monsieur,

J'ai le plaisir de vous adresser les offres du mois de [entreprise], qui vous propose des prix défiant toute concurrence pour vous aider à faire des économies. Vous découvrirez dans le document joint une sélection de produits qui vous garantissent de faire de bonnes affaires.

Et pour vous le prouver, nous vous remboursons si vous trouvez moins cher ailleurs !

C'est vraiment le moment d'en profiter ! En plus, jusqu'au [date], vous bénéficiez d'avantages supplémentaires : un superbe cadeau vous est envoyé pour toute commande.

N'hésitez pas, car vous avez aussi l'assurance d'être satisfait ou remboursé.

Dépêchez-vous car il n'y en aura pas pour tout le monde !

Je vous souhaite de bons achats, en nous renvoyant le bon de commande, en téléphonant au [numéro de tel], ou directement sur notre site internet [adresse du site internet].

A très bientôt,

[Prénom][NOM]
Signature

2. Lisez et traduisez les recommandations pour mailing publicitaire. Trouvez dans les lettres pour démarcher un ancien client et démarcher un prospect ou un client potentiel les phrases correspondantes à une recommandation.

1. Commencer par une « accroche » qui suscite à la fois le désir et l'attention du lecteur.
2. Donner une définition claire du produit présenté.
3. Raconter une « success-story » sur l'utilisation du produit (comment il a atteint sa cible chez tel ou tel client).
4. Ajouter des témoignages ou des recommandations provenant de consommateurs satisfaits.

5. Lister les particularités du produit, l'ensemble de ses qualités.
6. Comparer le produit à ses concurrents en soulignant ses points forts.
7. Conclure en poussant à l'action immédiate : il faut acheter le produit avant les autres.
8. On peut ajouter un post-scriptum qui revient sur l'accroche et boucle le mailing.
9. Il convient dans tous les cas de signer le mailing afin de personnaliser et d'établir un lien direct entre l'émetteur et son destinataire.

Démarcher un ancien client

Objet : Présentation de notre nouvelle offre

Madame,

Il y a quelques mois nous avons eu le privilège de vous compter parmi nos heureux clients et c'est donc avec beaucoup d'excitation que nous vous faisons parvenir un dépliant présentant nos nouvelles prestations.

Comme vous le constaterez dans la brochure, nous proposons des services toujours plus innovants pour votre bien-être et votre confort.

Sans régime ni produit qui pourraient nuire à votre santé, vous perdrez vos kilos superflus et profitez également de l'agréable effet « zen » qui découle de ces nouvelles techniques. Ce système est également applicable sur votre visage pour en atténuer les cernes et les rides d'expression.

Pas encore convaincue ? Venez découvrir nos produits gratuitement, ***la prochaine séance vous est offerte*** sur présentation de ce courrier !

Au plaisir de vous revoir, nous vous présentons, Madame, nos respectueuses salutations.

PS : Notre offre expire le [date], alors dépêchez-vous pour profiter de votre cadeau !

Démarcher un prospect ou un client potentiel

Objet : Offre promotionnelle à durée limitée

Monsieur,

L'équipe de [Nom de l'entreprise] a le plaisir de vous informer qu'une offre exceptionnelle vous est personnellement réservée jusqu'au [date].

Depuis plus de 15 ans, nous proposons des solutions innovantes pour les particuliers qui souhaitent améliorer les performances énergétiques de leur logement. Aujourd'hui, [Nom de l'entreprise] est très fière de vous présenter son nouveau produit phare : le [NOM].

Grâce à plusieurs années de recherche et de développement et à la certification Afnor 9000 obtenue, nous pouvons affirmer que notre [nom du produit] répond parfaitement aux besoins des consommateurs comme vous.

Pour vous en convaincre, nous vous proposons de tester gratuitement cet appareil chez vous pendant un mois sans aucun engagement de votre part ! Si vous souhaitez le conserver, ce dont nous sommes certains, le [Nom] vous sera proposé à seulement [prix] euros.

D'après une étude de l'INC 83% des propriétaires souhaiteraient entamer des travaux de rénovation énergétique, mais n'osent pas franchir le pas à cause du coût des travaux. Notre appareil permet d'économiser jusqu'à 25% sur sa facture d'énergie sans travaux !

Bien évidemment, notre service client se tient à votre disposition au [numéro] pour vous apporter toutes les informations nécessaires ou pour prendre un rendez-vous avec un commercial pour une démonstration gratuite.

En espérant vous compter prochainement parmi nos heureux clients, nous vous prions de recevoir, Monsieur, Madame, nos chaleureuses salutations.

<https://www.lettres-gratuites.com/modele-exemple-lettre-commerciale-655.html>

2. Lisez et traduisez les exemples d'e-mails de vente. Identifiez ceux qui sont :

- 1. modèles d'e-mails de vente demandant une référence à quelqu'un de la Direction ;*
- 2. modèles d'e-mails de vente adressés directement au décideur avec la proposition de valeur et les prochaines étapes.*

①

Bonjour [nom],

Je m'appelle [nom] et je suis en charge du développement commercial pour la société [mon entreprise]. Nous avons récemment lancé une nouvelle plateforme qui [une phrase de présentation]

J'espère que je n'exagère pas, cependant, d'après votre profil en ligne, vous semblez être la bonne personne à contacter sur ce sujet... ou du moins m'orienter dans la bonne direction.

J'aimerais parler à quelqu'un de [votre entreprise] qui est responsable de [quelque chose qui concerne mon produit].

Si c'est vous, seriez-vous disponible pour un appel de 15 minutes à [date et heure] pour discuter des moyens par lesquels la plateforme de [mon entreprise] pourrait aider votre entreprise ? Sinon, pourriez-vous me mettre en contact avec la bonne personne ?

Merci d'avance pour le coup de pouce !

Cordialement,

Signature

②

Bonjour [nom],

Je m'appelle [nom] et je travaille dans [nom de mon entreprise]. Nous travaillons avec des entreprises comme [nom de la société] pour [inclure une phrase de votre présentation].

[Une phrase avec votre principal avantage].

Pourriez-vous me mettre en contact avec la bonne personne au sein de [nom de votre société] afin que nous puissions examiner si cela pourrait vous être utile ?

Cordialement,

Signature

③

Bonjour [nom],

J'espère que vous allez bien ! Je vous contacte via [expliquez comment vous avez obtenu ses coordonnées et comment vous l'avez trouvé : en parlant à un collègue, en consultant son entreprise en ligne, etc...].

[Nom de mon entreprise] dispose d'une nouvelle plateforme qui pourrait aider [votre équipe à] [nom de votre entreprise]. [Une phrase du discours sur le profit]. Nous faisons cela pour :

- Avantage ou caractéristique 1
- Avantage ou caractéristique 2
- Prestation ou caractéristique 3 (facultatif)

Nous pourrions étudier comment [le nom de votre logiciel] pourrait spécifiquement vous aider. Seriez-vous disponible pour un appel rapide [indiquer l'heure et la date] ?

Cordialement

Signature

④

Bonjour [nom],

J'espère que vous allez bien ! Je vous contacte via [expliquez comment vous avez obtenu ses coordonnées et comment vous l'avez trouvé : en parlant à un collègue, en consultant son entreprise en ligne, etc...].

[Nom de mon entreprise] dispose d'une nouvelle plateforme qui pourrait aider [votre équipe à] [nom de votre entreprise].

Je sais que [votre produit] aiderait [le nom de son entreprise] [à inclure un avantage de haut niveau ici].

Seriez-vous disponible pour un appel rapide pour [indiquer la date et l'heure] ?

Cordialement,

Signature

⑤

Bonjour [nom],

Pourriez-vous me mettre en contact avec la personne responsable [de quelque chose qui concerne mon produit] ?

Merci d'avance pour votre temps.

Signature

⑥

Objet : Pourriez-vous m'indiquer la bonne direction ?

Bonjour [nom],

Désolé de vous déranger, mais auriez-vous l'amabilité de me dire qui est responsable de [mettre ici le point le plus douloureux de votre client idéal ; ou mettre ici une fonction comme « ventes » ou « recrutement »] et comment je peux le contacter, s'il vous plaît ?

Merci d'avance,

Signature

7. Le courrier de commande



<https://swiver.io/blog/bdc/>

Le bon de commande

En matière commerciale, le bon de commande fait office de contrat. Il permet de formaliser l'existence d'un accord entre un vendeur et un acheteur sur la chose et sur le prix, les deux critères qui caractérisent juridiquement le contrat de vente.

La signature du bon de commande, même si elle n'est pas strictement obligatoire, engagera le vendeur à livrer la marchandise et l'acheteur à la réceptionner et à en payer le prix convenu comme le prévoit l'Article 1582 du Code civil.

Le bon de commande est aussi un moyen de communication pour le professionnel et offrira une protection aux parties en limitant les risques de litige relatif à la commande, en particulier sur les informations précontractuelles, les prix, les quantités, les termes de paiement, les délais de livraison ou encore les conditions de garantie.

Voici les mentions essentielles à faire apparaître dans un bon de commande:

- Informations sur le fournisseur : nom de l'entreprise, adresse, nom du contact, numéro de téléphone et adresse électronique.
- Informations sur l'acheteur : nom de l'entreprise, adresse, nom du contact, numéro de téléphone et adresse électronique.
- Informations sur les articles commandés : nom de l'article, description, quantité, prix unitaire et prix total.
- Informations sur les termes de paiement : date d'échéance, modalités de paiement (par exemple, paiement à la livraison, paiement par chèque, paiement par virement bancaire, etc.).
- Informations sur les délais de livraison : date de livraison estimée, adresse de livraison, conditions de livraison (par exemple, frais de transport, assurance, etc.).

- Signature : signature ou cachet de l'acheteur et du fournisseur pour confirmation de la commande.

Note: Il est important de vérifier que toutes les informations sont correctes et à jour avant de soumettre ou de signer le bon de commande. Il est également important de conserver une copie du bon de commande pour les références futures ou d'éventuelles réclamations.

<https://www.lettres-gratuites.com/modele-commande-type-67.html>

Vocabulaire

bon <i>m</i> de commande	бланк замовлення
faire office de	служити, виконувати функцію
accord <i>m</i>	угода
contrat <i>m</i> de vente	договір купівлі-продажу
livrer la marchandise	доставити товар
litige <i>m</i>	суперечка, позов
termes <i>f pl</i> de paiement	терміни платежу
délais <i>m pl</i> de livraison	терміни поставки
conditions <i>f pl</i> de garantie	гарантійні умови
mentions <i>f pl</i> essentielles	обов'язкові пункти інформації
fournisseur <i>m</i>	постачальник
nom <i>m</i> du contact	прізвище особи для контакту
nom <i>m</i> de l'entreprise	назва підприємства
acheteur <i>m</i>	покупець
articles <i>m pl</i> commandés	замовлені товари
date <i>f</i> d'échéance	дата закінчення терміну
paiement <i>m</i> à la livraison	оплата при отриманні
paiement <i>m</i> par virement bancaire	оплата банківським переказом
frais <i>m pl</i> de transport	транспортні витрати
assurance <i>f</i>	страхування
réclamations <i>f pl</i>	скарги, рекламації, претензії

1. a) Traduisez le texte de bon de commande et trouvez dans le texte les équivalents des mots et expressions suivants :

запит на підписання замовлення на закупівлю — ми отримали Ваше замовлення на наступні товари/послуги: — ми раді відзначити Ваш інтерес до нашої компанії — готові задовольнити Ваш запит — остаточно оформити Ваше

замовлення — підписати та повернути форму замовлення — додається до цього листа — документ містить всю інформацію щодо вашого замовлення — умови оплати — перевірте правильність всієї інформації — перш ніж підписувати бланк замовлення — як тільки ми отримаємо ваше замовлення — ми обробимо його якнайшвидше — якщо у вас виникнуть запитання — зв'яжіться з нами за номером телефону — дякуємо Вам за довіру — сподіваємося, що замовлення задовольнить Ваші очікування — З повагою

b) Rédigez un bon de commande définitive signée par le client.

Demander un bon de commande signé à un client

Objet : Demande de bon de commande signé

Madame, Monsieur,

Nous avons bien reçu votre commande pour les produits/services suivants : [insérer les articles/services demandés]. Nous sommes heureux de constater votre intérêt pour notre entreprise et nous sommes prêts à satisfaire votre demande.

Afin de finaliser votre commande, nous vous demandons de bien vouloir signer et nous renvoyer le bon de commande joint à cette lettre / ce courriel. Ce document contient toutes les informations relatives à votre commande, telles que les articles demandés, les quantités, les prix et les termes de paiement.

Nous vous prions de bien vouloir vérifier que toutes les informations sont correctes avant de signer le bon de commande.

Dès sa réception, nous traiterons votre commande dans les plus brefs délais. Si vous avez des questions, n'hésitez pas à nous contacter au numéro [numéro] ou directement depuis le formulaire présent sur notre site internet.

Nous vous remercions de votre confiance et nous espérons que cette commande répondra à vos attentes.

Cordialement,

[Votre nom]

[Votre entreprise]

2. Complétez les phrases avec les éléments appropriés. Traduisez le texte.

réception — passée — remerciements — montant — enregistrée — conditions — vente — vérification — satisfaction — avertir — marchandises — erreur — honorée — confiance — accusé — difficultés — rupture — précisions — livraison — remplacement — exécution — ordre — accord — confirmation — totalité — délais

La lettre d'accusé de réception de la commande

I. Dès réception de la commande, le fournisseur procède à la _____ de ses stocks. S'il n'y a pas de problème, il accuse _____ de la commande au client.

La fournisseur avertit son client, avec l'accusé de réception, que la commande est bien _____. Cette lettre est indispensable dans quatre cas : commande _____ par téléphone, commande adressée par l'intermédiaire d'un représentant, commandes dont le _____ est important et commandes provenant d'un pays étrangers.

Le contrat n'est réellement conclu qu'au moment où le vendeur accepte la _____ par l'intermédiaire de l'accusé de réception de commande.

La lettre d'_____ de réception de la commande reprend chaque partie de la lettre de commande reçue. Elle se découpe en quatre parties :

1. Accusé de réception de la commande avec _____ ;
2. Rappel du détail des _____ (surtout lorsque la commande a été prise par un représentant ou par téléphone) ;
3. Accord ou rappel des _____ de livraison et de paiement ;
4. Manifester la volonté de donner _____ au client.

II. Des difficultés peuvent surgir dans l'_____ d'une commande. Dans tous les cas, le fournisseur doit _____ le client au plus vite, en prenant toutes les précautions possibles.

Le client peut avoir été imprécis, avoir fait une _____ de prix, une erreur de délai ou commandé un article inexistant.

Le fournisseur peut avoir à faire face à une _____ de stock ou à un retard de livraison imprévu.

La commande ne peut donc être _____ aux conditions souhaitées par le client. Un courrier rédigé par le fournisseur doit avertir le client des _____. Ce courrier est délicat car il doit permettre de conserver la _____ du client. Si le problème vient d'une imprécision ou d'une erreur du client, le fournisseur prend contact avec ce dernier par téléphone afin d'obtenir des _____ ou des rectifications .

S'il s'agit d'une rupture de stock ou d'un retard de _____ à prévoir, le fournisseur doit avertir le client du problème. Il lui propose éventuellement un article de _____ ou de nouveaux délais de livraison.

Il met ensuite la commande en attente de la _____ du client.

Dans ce cas, les quatre parties de la lettre d'accusé de réception de la commande sont les suivantes :

1. Accuser réception de la commande et remercier de l'_____ reçu ;
2. Informer de l'impossibilité d'exécuter la commande dans sa _____ et en donner la raison ;
3. Présenter des excuses et proposer un article de remplacement, de nouveaux _____ ou une solution en développant les arguments qui paraissent susceptibles de faire accepter les modifications par le correspondant ;
4. Exprimer l'espoir que la solution envisagée aura l'_____ de l'intéressé et l'inviter à faire connaître de toute façon sa décision.

3. Lisez et traduisez deux lettres ci-dessous. Trouvez les phrases correspondantes à chaque partie de la lettre décrite dans l'exercice 2.

I.

Références : (référence à préciser)

Objet : accusé réception de la commande n°... et envoi facture n°... (à préciser)

Madame, Monsieur,

Nous accusons réception de votre commande du... (préciser date) courant et vous confirmons qu'elle sera exécutée, comme vous nous l'avez demandé, dans le délai demandé. Les articles commandés vous seront livrés le... par l'intermédiaire du transporteur «.....».

Vous trouverez ci-joint la facture n°... (préciser références). Nous vous serions reconnaissants de bien vouloir nous régler, comme convenu, par tout moyen à votre convenance, dès réception de la marchandise.

Nous souhaitons que notre livraison vous donne satisfaction et vous incite à nous passer d'autres commandes pour lesquelles nous restons à votre entière disposition.

Veillez agréer, Madame, Monsieur, nos salutations distinguées.

<https://www.dynamique-mag.com/article/lettre-type-accuser-reception-commande-envoyer-facture.5272>

II

[NOM Expéditeur]

[Adresse1]

[Code Postal] [VILLE]

Tél. : 01.23.45.67.89

[Nom Destinataire]

[Adresse Destinataire]

[Code Postal][VILLE]

Paris, le 06/02/20...

Objet : Annulation de commande

Madame, Monsieur,

Vous avez passé commande le (date), de (préciser la nature, la quantité et la référence des produits commandés).

Malheureusement, nous nous voyons dans l'impossibilité d'honorer votre demande, le(s) produit(s) en question étant pour le moment indisponible(s).

Nous vous proposons, en remplacement, le(s) produit(s) X de nature proche de votre commande ou un avoir d'un montant correspondant.

Nous vous remercions d'avoir fait appel à nos services et vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de nos cordiales salutations.

[Prénom][NOM]

Signature

4. Trouvez la fin des phrases dans la colonne droite et traduisez tout le texte.

Un avis d'expédition

1. Un avis d'expédition (ASN, Advanced Shipping Notice en anglais) a été créé pour	a. a déjà été expédiée afin que le client soit prêt à la réceptionner.
2. Ce document numérique, qui comprend des informations détaillées sur le contenu de l'envoi,	b. de disposer des données nécessaires à la réception (produit, quantité, fournisseur, date d'expédition, etc.).
3. Autrement dit, ce document numérique indique que la commande	c. répondre au besoin de réduire les erreurs dans les livraisons.
4. L'avis d'expédition accélère ce processus logistique et permet, lorsque les marchandises arrivent dans un entrepôt,	d. la facture est envoyée une fois la livraison effectuée avec succès.
5. Le contenu de l'avis d'expédition reprend habituellement les données suivantes : informations de commande, date et heure de livraison, informations sur le site,	e. automatise le transfert d'informations sur les marchandises du fournisseur au client, accélérant ainsi la réception des marchandises.
6. L'avis d'expédition est envoyé en amont de l'expédition ;	f. de respecter strictement le mode d'emploi joint à chaque article.
7. Dans l'ASN est soulignée la nécessité de vérifier la livraison devant le transporteur et	g. codes palette, données produit, caractéristiques physiques de la livraison (type d'emballage, informations sur le transporteur).

5. Traduisez la lettre qui suit ; identifiez la nature de la lettre.

Madame, Monsieur,

La marchandise que vous nous avez commandée le ... par votre bon de commande n°... a été expédiée ce jour. Elle vous sera livrée le ... dans la journée par transporteur spécial.

Nous avons apporté tout le soin nécessaire à l'exécution de cette commande et nous espérons qu'elle vous donnera entière satisfaction.

Vous trouverez ci-joint la facture correspondante. Nous vous remercions de bien vouloir nous régler par tout moyen à votre convenance dans les 10 jours suivant la réception de la marchandise.

Nous attirons votre attention sur le fait que cette marchandise voyage aux risques et périls du destinataire et qu'il vous appartient de vérifier tous les colis lors de la livraison. Dans le cas où vous constateriez une avarie ou un manquant, mentionnez vos réserves sur le bon de réception. Ainsi vous préserverez vos droits pour demander des dommages et intérêts au transporteur.

Veillez agréer, Madame, Monsieur, nos salutations distinguées.

6. Trouvez dans le texte de deux courriels les équivalents des mots et expressions suivants :

при оформленні замовлення я помилився в виборі моделі — зарядний пристрій не сумісний з моїм смартфоном — я отримав зарядний пристрій — якщо я поверну його вам — чи зможете ви мені його обміняти — заздалегідь дякую за розуміння — прохання повернення і обміну — відповідь на повідомлення щодо замовлення № ...— ви перебуваєте в межах встановленого законом терміну відмови від товару — ми можемо прийняти назад тільки невідкритий товар — в оригінальній закритій упаковці — в ідеальному стані — ми не здійснюємо обміну товару — тому ви отримаєте відшкодування — у вас є 15 днів, щоб повернути товар — підготуйте відправлення, вклавши в пакунок бланк повернення, що додається — напишіть свої дані на посилці —надішліть повернення рекомендованим листом з повідомленням про вручення — щоб уникнути будь-яких суперечок у разі неотримання — повернення коштів здійснюється протягом 20 днів з моменту отримання посилки — ми сподіваємося, що ви будете задоволені цим рішенням

De : joao-regues@gmail.com
À : info@idealprix.com
Objet : Demande de renvoi et échange

Bonjour,

J'ai bien reçu le chargeur « Câble 1.5 m USB-Micro USB Samsung blanc » mais je me suis trompé de modèle en passant ma commande car il est incompatible avec mon Smartphone. Si je vous le renvoie, pouvez-vous me l'échanger avec le « Câble 1.5 m USB-C Samsung blanc » ?

Merci d'avance pour votre compréhension.

Joao REGUES

De : Service Client Idealprix – [ne pas repondre.idealprix@servicenotification.net](mailto:ne_pas_repondre.idealprix@servicenotification.net)
À : joao-regues@gmail.com
Objet : Réponse à votre message concernant la commande n°18081517046GJTB

Bonjour,

Vous êtes dans le délai légal de rétractation (14 jours). Cependant, nous ne pouvons reprendre qu'un produit non ouvert, dans son emballage d'origine fermé, et dans un parfait état pour pouvoir le remettre en vente.

Nous n'effectuons aucun échange de produit, vous serez donc remboursé et vous devrez passer une nouvelle commande.

Vous avez 15 jours pour nous renvoyer le produit en suivant les indications ci-dessous :

– Préparez votre envoi en insérant dans le colis le bon de retour ci-joint et en inscrivant vos coordonnées sur le colis.

– Envoyez le colis à l'adresse « IDEALPRIX France BP24 37276 St-Azay cedex 19 ».

Nous vous conseillons d'effectuer votre retour en recommandé avec accusé de réception, afin d'éviter tout litige¹ en cas de non-réception. Le remboursement est effectué dans les 20 jours à réception de votre colis.

Nous espérons que cette solution vous satisfera, n'hésitez pas à nous contacter depuis la rubrique « Mes messages » de votre espace client.

À très bientôt,

L'équipe Idealprix

8. Lettre de réclamation. Réponse aux réclamations



De nombreuses situations peuvent donner lieu à des lettres de réclamation de la part de client, d'un particulier ou d'une entreprise pour obtenir une satisfaction ou un compromis à la suite d'un problème. Il est toujours préférable d'envoyer une réclamation par lettre recommandée avec accusé de réception. Elle doit être précise afin de permettre à l'interlocuteur de bien comprendre le contentieux.

On rédige la lettre de réclamation généralement pour demander le remplacement d'un article, ou pour se faire rembourser un produit défectueux ou qui ne correspond pas à la commande effectuée. Elle est également rédigée dans le cadre d'un service non satisfaisant. Par exemple, un voyage qui ne s'est pas déroulé dans les conditions promises par l'agence peut faire l'objet d'une réclamation. Pour que la plainte aboutisse, il faut toutefois que la lettre de réclamation soit bien écrite.

Le client peut adresser une lettre de réclamation à son fournisseur quand les marchandises reçues sont défectueuses, quand les marchandises reçues ne sont pas conformes à la commande, quand les quantités n'ont pas été respectées.

Normalement, l'erreur doit être constatée lors de la livraison car le client doit vérifier les articles en présence du livreur. Le client émettra des réserves, le cas échéant, sur le bulletin de livraison.

Les réserves faites à la réception doivent être confirmées au fournisseur par lettre recommandée dans les 3 jours ouvrables (non fériés) qui suivent la livraison. Le courrier recommandé permet d'engager une action en justice pour indemnisation du préjudice subi quand une solution à l'amiable entre les deux parties n'est pas possible.

Généralement, la lettre de réclamation inclut les parties suivantes :

1. Accuser réception de la livraison en précisant la date ;
2. Signaler l'erreur ou confirmer les réserves émises lors de la livraison. La réclamation doit être particulièrement précise au niveau de l'erreur constatée (article, références, coloris, taille, quantité, date, etc.) ;
3. Demander réparation du préjudice et informer du renvoi des marchandises ou demander instructions au fournisseur. La demande exige une certaine fermeté de ton :
« Nous demandons le remplacement de l'article ... par retour. »

« Nous vous prions de faire le nécessaire pour que la livraison soit immédiate. »
 4. Émettre le vœu que le problème ne se reproduira plus.

Vocabulaire

lettres <i>f</i> de réclamation	листи-скарги, претензійні листи
obtenir une satisfaction	отримувати задоволення
lettre <i>f</i> recommandée	рекомендований лист
accusé <i>m</i> de réception	підтвердження отримання
contentieux <i>m</i>	спірне питання, суперечка
remplacement <i>m</i> d'un article	заміна артикулу, товару, виробу
se faire rembourser	отримати відшкодування
produit <i>m</i> défectueux	дефектний товар
service <i>m</i> non satisfaisant	незадовільне обслуговування
plainte <i>f</i>	скарга, претензія
conforme à la commande	відповідно до замовлення
livraison <i>f</i>	доставка, поставка, постачання
vérifier les articles	перевірити товари, вироби, артикули
en présence du livreur	в присутності службовця доставки
émittre des réserves	висловити претензії
bulletin <i>m</i> de livraison	квитанція, накладна на доставку
engager une action en justice	звернутися до суду з позовом
indemnisation <i>f</i> du préjudice	відшкодування збитків, компенсація
à l'amiable	за взаємною домовленістю
réparation <i>f</i> du préjudice	відшкодування збитків
renvoi <i>m</i> des marchandises	повернення товарів

1. Faites correspondre les conseils donnés dans le désordre ci-dessous aux parties correspondantes de la lettre.

- Ⓐ Préciser bien le sujet abordé dans la lettre en quelques mots.
- Ⓑ Notez les pièces jointes : documents, justificatifs, etc.
- Ⓒ Choisissez la bonne interpellation : Madame, Monsieur quand les personnes n'ont pas de titre particulier ou mentionnez le titre de la personne : Monsieur le directeur.
- Ⓓ Notez le lieu et la date d'expédition. Écrivez le mois en toutes lettres.
- Ⓔ Écrivez le nom et l'adresse du destinataire.
- Ⓕ Inscrivez votre nom, votre adresse et votre numéro de téléphone.

Ⓔ Corps de la lettre :

- 1 Informez des documents joints à la lettre.
- 2 Faites référence à l'objet de la réclamation.
- 3 N'oubliez pas de prendre congé avec une formule de politesse.
- 4 Concluez avec une demande de réponse ou des remerciements.
- 5 Expliquez en détail les motifs de la réclamation.
- 6 Exprimez une demande de réparation.

Pierre Carrère 1
18 avenue de Verdun
64200 Biarritz
Port : 06 76 54 34 32

2 voyagenet.com
239 avenue du Prado
13008 Marseille

3 Biarritz, le 20 mars ...

Lettre recommandée avec accusé de réception

Objet : Prestations non conformes à votre contrat
de vente N° XC 657654 4

PJ : Photocopies de la facture et du contrat de vente 5

Madame, Monsieur, 6

Le 28 février, nous avons effectué l'achat d'un séjour tout compris en Martinique sur votre site Internet. Nous avons choisi la formule de séjour en pension complète, boissons et activités sportives incluses. 7

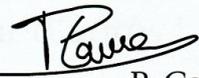
Or, à la fin de notre séjour, nous avons eu la mauvaise surprise de constater qu'on nous avait facturé les cours de voile et de tennis contrairement à votre contrat de vente. 8

Malgré notre vive contestation, nous avons été obligés de payer le montant demandé.

En conséquence, nous vous prions de nous rembourser l'intégralité des frais indûment facturés, soit 650 euros. Nous vous demandons également un geste commercial en réparation du préjudice subi. 9

Vous trouverez ci-joints les justificatifs. 10

11 Dans l'attente d'un prompt règlement, nous vous prions de croire, Madame, Monsieur, à nos sentiments distingués. 12


P. Carrère

2. a) Le responsable du service consommateurs de la société Fairecost Jérémy Vermont a laissé des directives à son assistant concernant la réponse à la lettre de réclamation d'une cliente. Lisez ses directives ci-dessous et complétez la lettre de réponse à la réclamation avec l'information manquante.

— Bonjour. C'est Jérémy Vermont. Je suis désolé ne pas avoir répondu plus tôt à votre question concernant la réponse à la lettre de Mme Maunier. Pour faire un geste commercial, vous lui dites que nous lui offrons un bon d'achat de 30 € à valoir sur les produits de la gamme Fairecost.

FAIRECOST

Direction générale France
3 avenue de l'Atlantique
91140 Les Ulis
Tél : 01 60 92 45 78

Madame Maunier
10 rue Amodru
91190 Gif-sur-Yvette

Vos réf : v / lettre du 15/02
Nos réf : MP / LG / 98574
Objet : N / produit café moulu
PJ : Bon d'achat

Les Ulis, le 21 février 2015

Chère Cliente,

Nous avons lu avec la plus grande attention votre lettre concernant notre café moulu « Fairecost » et nous vous remercions d'avoir choisi notre marque.

Nous avons tout de suite contacté notre fournisseur afin d'analyser avec lui le problème rencontré. Les panels de dégustation n'ont révélé aucune anomalie d'odeur et de goût et nous sommes vraiment désolés du désagrément subi.

Nous cherchons à satisfaire au mieux notre clientèle et la qualité de nos produits est pour nous une priorité ; c'est pourquoi nous vous remercions de votre remarque.

Nous vous prions d'accepter toutes nos excuses et afin de vous permettre de mieux juger la qualité de nos produits,

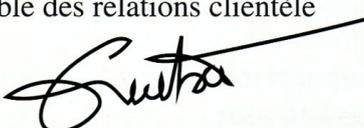
.....

Nous espérons que vous continuerez à nous accorder votre confiance.

Soyez assurée que nous ferons tout notre possible pour qu'un tel incident ne se reproduise pas. Avec toutes nos excuses renouvelées, nous vous prions de croire, Chère Cliente, à nos sentiments dévoués.

Le Responsable des relations clientèle

Yves Guibert



b) Faites le plan de la lettre avec les intentions de communication pour chaque paragraphe :

indiquer la prise en compte du problème — présenter ses excuses/ s'excuser — exprimer l'espoir de garder de bonnes relations — accuser réception de la lettre/ — exprimer l'intérêt porté à la demande — faire référence à la lettre/ — remercier de la remarque — assurer de ses efforts/ — de la prise en compte du problème — formule de politesse et prise de congé — Fairecost va offrir un bon d'achat/ — va faire un geste commercial/ — (PJ : un bon d'achat)

- Introduction (1^{er} paragraphe) : _____ / _____ ;
- Développement : (2^e paragraphe) : _____ ;
(3^e paragraphe) : _____ ;
(4^e paragraphe) : _____ ;
(5^e paragraphe) : _____ ;
- Conclusion (6^e paragraphe) : _____ / _____ ; (7^e paragraphe) : _____ .
- Des hypothèses sur la partie à compléter : _____ / _____ .

c) Relisez la lettre de réponse à la réclamation, vérifiez qu'elle suit bien les étapes-clés d'une réponse type à une réclamation. Justifiez chaque démarche :

Ex. : **a** → Prendre rapidement contact avec le client insatisfait : lettre de la cliente datant du 15/02 et réponse le 21/02.

1) Une démarche d'écoute

a → Prendre rapidement contact avec le client insatisfait

b → Montrer qu'on prend en compte la démarche du client

2) Une démarche d'explication

c → Montrer que l'on a compris la raison du mécontentement

d → Présenter l'analyse du problème et l'action de l'entreprise

e → Donner des précisions sur la démarche qualité de l'entreprise

f → Remercier le client d'avoir pris le temps d'écrire

3) Une démarche d'action

g → Dédommager, proposer un geste commercial

h → Présenter des excuses / des regrets

3. Trouvez dans le texte de message de réclamation les équivalents des mots et expressions suivants :

звертаюся до вас з приводу замовлення № ... — моє замовлення мало прийти протягом 4 днів — я все ще не отримала його — але сума була списана з мого рахунку 4 травня — мова йшла про подарунок на день матері — повернути мені гроші якомога швидше — я обурена тим, що досі не отримала відповіді від вашого відділу обслуговування клієнтів — якщо мені не повернуть гроші до кінця тижня — я звернуся до асоціації захисту прав споживачів

1

boîte de réception lire un message

de	adelineboisson86@gmail.com	le 26 mai
à	service.client@doretargent.be	
objet	Réclamation : dernière relance avant appel association défense consommateurs	

Bonjour,

Je vous écris au sujet de la commande n°11599886 pour la 3^e fois en trois semaines.

Le 2 mai, j'ai commandé la paire de boucles d'oreilles « Amour enchanté ». Je ne l'ai toujours pas reçue (ma commande devait arriver sous 4 jours) mais la somme¹ a été débitée de mon compte le 4 mai. Il s'agissait d'un cadeau de fête des mères. La fête des mères étant déjà passée, je vous prie d'effectuer mon remboursement au plus vite.

Je suis scandalisée de ne toujours pas avoir de réponse de votre service client. Si je ne suis pas remboursée avant la fin de la semaine, je contacterai une association de défense des consommateurs qui se chargera de la suite de la procédure.

Dans l'attente de votre réponse.

Adeline Boisson



1. Prix à payer.

A.Holle, A.Diogo, M.Grimaud, B.Lauret, M.Maussire, Edito Pro B1, Didier, 2020

4. Trouvez dans le texte du message ci-dessous les phrases correspondantes à chaque point de la structure d'un courriel de réponse à une réclamation :

1. Formule d'adresse
2. Présenter des excuses, exprimer un regret
3. Justifier / Expliquer le problème
4. Proposer une solution
5. Montrer une attention
6. Prendre congé
7. Signer

2

boîte de réception lire un message

de	D'or et d'argent – service.client@doretargent.be	le 27 mai
à	adelineboisson86@gmail.com	
objet	Remboursement de votre commande 11599886	

Chère Madame Boisson,

Nous vous demandons de bien vouloir accepter toutes nos excuses pour cette réponse tardive.

Nous vous confirmons que le colis a été égaré par notre transporteur. Nous venons de vous rembourser votre commande. Le virement (de 198 €) devrait vous parvenir sous 48 h : si ce n'était pas le cas, je vous prierais de nous en informer en répondant à ce courriel.

Nous sommes navrés pour la gêne occasionnée et nous espérons que vous avez quand même pu faire plaisir à votre maman pour cette journée spéciale. Afin de nous faire pardonner, nous venons de vous envoyer un petit cadeau à son intention.

Notre équipe reste à votre entière disposition si vous avez d'autres questions.

Cordialement,
Lydia YANG
Service clientèle D'or et d'argent

5. Complétez la réponse au mail de réclamation d'un client à l'aide des mots suivants et traduisez-la:

livreur — mécontentement — gêne occasionnée — effectuer un virement — réceptionner — sous 48 heures — tardive

The screenshot shows an email client interface. On the left, there are navigation buttons: 'Lire les mails', 'Écrire', 'Courrier externe', 'Boîte de réception', 'Messages envoyés', 'Corbeille', and 'Mes dossiers'. The main area displays an email with the following details:

De: pierre.herve@auxdelicesdejourton.com 27/11 à 08:31
À: jean-eole@gmail.com
Objet: Remboursement

Monsieur,

Nous vous présentons toutes nos excuses pour la par la livraison du gâteau d'anniversaire destiné à votre partenaire. Notre était bloqué sur la route ce jour-là et lorsqu'il est enfin arrivé à l'adresse de livraison, personne n'était là pour le gâteau. Il a donc continué sa tournée avant de revenir chez vous.

Nous prenons votre très au sérieux, c'est pourquoi nous allons immédiatement du montant de votre commande sur votre compte. Vous devriez recevoir le remboursement

Nous vous renouvelons toutes nos excuses,

Cordialement,
Pierre Hervé

6. Vous travaillez pour une entreprise de vente de vêtement en ligne. Un client a laissé un message sur son espace client :

Vous avez une question ?

Trouvez votre réponse en choisissant une catégorie.

Comment procéder pour faire mon retour? ▼

SKFK
Commande n° 21026848824422
68,90 €

Bonjour,
J'ai reçu les chaussures ce matin comme prévu, mais je les trouve très inconfortables.
Comment faire pour vous les renvoyer ? Merci d'avance pour votre réponse.
Jean Dufour

Répondez-lui en vous aidant de la procédure de retour d'article ci-dessous.

Procédure de retour d'article

- Remplir le formulaire électronique : indiquer le(s) produit(s) concerné(s), le motif de retour, et préciser le transporteur souhaité.
- Utiliser le carton d'origine : si plusieurs articles concernés, les envoyer ensemble.
- Imprimer l'étiquette retour (reçue par mail) : découper et conserver la partie « preuve de retour », et envoyer la partie « retour » (à coller sur le carton).
- Seuls des produits neufs et jamais portés pourront être repris : laisser les étiquettes sur les produits et les renvoyer dans les emballages d'origine.
- Renvoyez le produit 15 jours maximum après réception du colis.

7. Choisissez les termes qui conviennent dans la lettre de réponse à une réclamation. Cochez la bonne réponse.

Madame, Monsieur,

Nous avons bien reçu votre lettre du 12 octobre concernant une erreur de référence dans votre livraison. Votre réclamation *nous a désolés/* *a retenu toute notre attention.*

Nous avons aussitôt entrepris des démarches pour connaître la cause de *cet accident /* *cet incident.*

Le dysfonctionnement est dû à notre fournisseur qui n'a pas su gérer l'afflux des commandes et qui vous a adressé *un article non conforme /* *un article détérioré.*

Nous sommes désolés de cette erreur indépendante de notre volonté. *Nous acceptons vos excises /* *Nous vous prions d'accepter toutes nos excuses pour le désagrément subi.*

Nous vous expédions l'article de remplacement sous les 48 heures et vous offrons un avoir de 20 € sur votre prochain achat à titre de *rectification /* *dédommagement.*

Nous tenons à vous remercier de votre confiance et espérons que cette solution vous conviendra. Soyez certain que nous veillerons à ce qu' *une telle erreur /* *une omission semblable* ne se produise plus.

Nous vous renouvelons nos excuses et espérons que *vos remarques sont parfaitement justifiées /* *nous continuerons à vous compter parmi nos fidèles clients.*

Nous vous prions de croire, Madame, Monsieur, à nos sentiments dévoués.

Le Directeur de ventes
J.-J. Dufour

8. Lisez et traduisez le message sur la livraison incomplète. Rédigez la réponse en suivant les étapes-clés d'une réponse type à une réclamation (voir ex.4).

Écrire un courrier

< Boîte de réception

Envoyer Enregistrer dans Brouillons Annuler Imprimer

Expéditeur : marcdurand@valentin.net

Destinataire : jacquesbertrand@cuisinepro.net

Copie :

Cci :

Objet : Livraison n° 73

Pièce(s) jointe(s) : 0 fichier(s)

Accéder à mes contacts

Vérifier l'orthographe Thème : Aucun Priorité : Normale Texte brut HTML

police taille

Monsieur,

J'ai bien reçu, ce jour, votre livraison n° 73 concernant 3 meubles de cuisine type « Nordique + ».

Je vous en remercie.

Toutefois, je vous signale que seuls 6 colis ont été réceptionnés (au lieu de 7). La livraison ne comprenait pas la visserie nécessaire à l'installation des meubles. Or, le bon de commande n° 34 du 20/09 comprenait bien un « ensemble vis n° 8 ».

Il m'est impossible de réaliser les travaux chez mon client sans ces éléments.

Veuillez m'adresser, par Chronopost, le colis manquant.

Cordiales salutations.

Marc Durand

9. Lisez cette lettre de réclamation. Elle contient une phrase qui ne lui appartient pas. Supprimez cette phrase. Pourquoi n'appartient-elle pas à la lettre ?

1. Objet : Carte Visa

Monsieur le Directeur,

Le 4 février dernier, j'ai ouvert un compte courant dans votre agence. Dans le même temps, j'ai demandé une carte bancaire Visa.

Au bout de deux mois de fonctionnement de mon compte, ma carte n'est toujours disponible.

Je vous prie donc de me fournir cette carte dans les meilleurs délais. Dans le cas contraire, je serais contrainte d'ouvrir un compte dans une autre banque.

J'attends vos instructions concernant cette marchandise.

Recevez, Monsieur le Directeur, mes meilleures salutations.

9. La facturation



La facture est un document détaillé des prestations ou des marchandises vendues (quittance pour une facture payée, note, relevé). Il s'agit d'un document de nature commerciale et comptable établi par une structure juridique (société, association, entrepreneur individuel par exemple). Il constate les conditions des achats et ventes de produits, de marchandises ou de services rendus (nature, quantité, poids, qualité, prix, conditions et échéance de paiement notamment).

La facture est obligatoire dans un achat-vente entre un fournisseur et un client. Elle comporte des mentions obligatoires et facultatives. Avant l'achat, le client peut demander une estimation du prix à payer, il s'agit d'un devis ou d'une cotation pour une prestation touristique.

Il existe différents types de facture comme par exemple :

- la facture simple ou de doit entre un vendeur et un acheteur ;
- la note d'un faible montant pour des fournitures courantes ou pour des frais d'hôtel ;
- l'addition dans les bars et restaurants ;
- la note d'honoraires des avocats, architectes, médecins, etc. ;
- la facture d'avoir (ou un avoir) faite par un fournisseur quand un client retourne une marchandise ou pour rectifier une erreur ou un oubli de remise par exemple.

La facture peut comporter une réduction sous forme :

- d'une remise: accordée en fonction de la qualité du client ou pour les achats en grande quantité ;
- d'un escompte : accordé quand on paie au comptant, immédiatement ;
- d'un rabais : accordé sur des articles abîmés ou de fins de série ;
- d'une ristourne : accordée sur des achats déjà effectués (ristourne de fin d'année, c'est-à-dire une somme remboursée en fin d'année par rapport aux achats effectués).

Avant de payer, le client doit vérifier sa facture.

Vocabulaire

facturation <i>f</i>	виставлення рахунків, накладних
facture <i>f</i>	фактура, рахунок, накладна
prestation <i>f</i>	послуга, надання послуг
marchandise <i>f</i>	товар, продукція, виріб
quittance <i>f</i>	квитанція, розписка
note <i>f</i>	рахунок
relevé <i>m</i>	виписка, відомість, список

conditions <i>f pl</i> des achats	умови купівлі
services <i>m pl</i> rendus	надані послуги
échéance de paiement	кінцевий термін оплати
fournisseur <i>m</i>	постачальник
mentions <i>f pl</i> obligatoires	обов'язкова інформація для заповнення
devis <i>m</i>	розрахунок, кошторис
cotation <i>f</i>	розцінка
facture <i>f</i> simple ou de doit	дебетовий рахунок
addition <i>f</i>	рахунок (у ресторані)
facture <i>f</i> d'avoir	накладна повернення товару
remise <i>f</i>	знижка, зниження вартості
escompte <i>m</i>	знижка при сплаті готівкою, дисконт
rabais <i>m</i>	знижка на пошкоджені або зняті з виробництва вироби
ristourne <i>f</i>	повернення частини сплаченої ціни

1. Trouvez dans le texte les équivalents des mots et expressions suivants :

рахунок-фактура — продаж послуг або товарів — юридична особа — фізична особа — формується у двох примірниках — при виконанні договору — при отриманні товару — після завершення надання послуги — законодавчі вимоги до оформлення рахунку-фактури — дата оформлення рахунку-фактури — номер замовлення — ідентифікація покупця — самозайнята особа — назва підприємства — юридична форма підприємства — адреса для виставлення рахунку — ідентифікаційний номер платника ПДВ — розмір статутного капіталу — реєстраційний номер в реєстрі комерсантів і компаній — місцезнаходження юридичної особи — детальна інформація про кількість та ціну — ціна за одиницю — ставка ПДВ, що застосовується на законних підставах — сума ПДВ до сплати — загальна сума до сплати без ПДВ та з ПДВ — умови оплати, включаючи кінцевий термін оплати — розмір пені за прострочення платежу

La facture est un document électronique ou au format papier qui constate une vente de services ou de produits réalisée par une personne morale (autoentrepreneur, entreprise, association) auprès d'une autre structure juridique ou d'un individu.

Elle est émise en deux exemplaires lors de l'exécution du contrat, lorsque le produit est livré ou la prestation terminée.

Voici les spécificités légales à connaître pour éditer une facture en bonne et due forme :

- La date d'émission de la facture, la date de vente du produit ou de la réalisation de la prestation de service ;
- Le numéro de facture et le numéro du bon de commande, le cas échéant ;
- L'identification de l'acheteur : avec son nom, son adresse, l'adresse de facturation (si différente), le numéro d'identification à la TVA (pour les factures d'un montant supérieur à 150 € HT) ;
- L'identification du vendeur déclinée comme suit :
 - autoentrepreneur : nom, prénom et nom commercial,
 - société : dénomination sociale, Siren, code NAF, forme juridique et montant du capital social,
 - commerçant : numéro d'immatriculation au RCS et la ville de son greffe d'immatriculation,
 - artisan : numéros de Siren et du Répertoire des métiers, et département d'immatriculation,
 - en plus de l'adresse du siège social ;
- Le descriptif du produit ou de la prestation : description précise, détail de la quantité et du prix ;
- Le montant de la facture et la TVA : prix unitaire ou taux horaire HT, taux de TVA légalement applicable, montant de TVA dû, les montants totaux à payer HT et TTC.

▶ Pour toute facture adressée à des professionnels, les mentions suivantes sont également obligatoires :

- les conditions de paiement, dont la date d'échéance du règlement,
- le taux des pénalités de retard,
- l'indemnité forfaitaire de recouvrement en cas de retard de paiement.

▶ Pour l'autoentrepreneur, qui ne facture pas la TVA, la mention suivante doit être ajoutée : « TVA non applicable selon l'article 293 B du CGI ».

2. Trouvez dans le texte de la lettre type de demande de règlement ci-dessous les expressions pour :

— *annoncer l'envoi de la facture en précisant le montant et les références de la commande ;*

— *demander le règlement dès réception de la livraison ;*

— *formuler espoir que la marchandise donne satisfaction au client.*

Références : (référence à préciser)

Objet : envoi facture n°... (à préciser)

Monsieur (Madame),

Veillez trouver ci-joint la facture n°... (à préciser), d'un montant de... (préciser montant) euros correspondant à votre commande n°... du ... (préciser références et date), qui vous a été expédiée ce jour.

Vous voudrez bien nous régler le solde dès réception de la livraison.

Nous espérons que notre marchandise vous donne toute satisfaction.

Nous vous prions d'agréer, Monsieur (Madame), nos salutations distinguées.

3. Faites correspondre les légendes aux parties correspondantes de la facture.

- a. Nom et adresse du fournisseur
- b. Montant de la TVA totale (Taxe sur la valeur ajoutée)
- c. Taux de TVA
- d. Numéro de facture
- e. Date de la facture
- f. Prix par article
- g. Numéro de commande
- h. Références des articles
- s. Réduction
- j. Montant total TTC (Toutes Taxes Comprises) / Net à payer
- k. Identification des marchandises
- l. Montant total hors taxes (HT)
- m. Nom et adresse du client
- n. Date de paiement
- o. Durée de garantie
- p. Montant de l'écoparticipation

La facture



Codirep SNC
 au Capital de 3 060 €
 RCS Créteil 343 282 380
 FR 92 34282380
 Siège social :
 9 rue des Bateaux-Lavoirs
 ZAC Port d'Ivry
 94200 Ivry-sur-Seine

4010 Vélizy
 Centre commercial Vélizy 2
 2 avenue de l'Europe
 78140 Vélizy Villacoublay
 Tel: 0825 020 020 (0.15€ TTC/min) - Fax: 01 39 26 13 01

JACQUET Michel
 6 rue des Marais
 92190 MEUDON
 jacquetmichel@yahoo.fr

Commande : N°908 VTENFRESER4
 Facture : N°12345678987
 Du 15/10/...

TVA	EAN*	Référence	Quantité	Libellé	Prix Unitaire Net HT	Prix Unitaire Net TTC	Montant Net HT
I	0885909924813	8028850	1	Apple iMac 21,5" Intel Core i5 à 1,4 GHz / Apple / Apple Computer International Ordinateur de bureau + Ordinateur Apple Garantie : 1 an Eco-Participation DEEE REMISE	916,33 € 0,25 € -91,63 €	1 099,60 € 0,30 € -109,96 €	916,33 € 0,25 € -91,63 €
I	0885909511952	6375219	1	Apple Clavier Filaire / Apple / Apple Computer International Périphérique de saisie ou jeu + Clavier Garantie : 1 an Eco-Participation DEEE	37,38 € 0,04 €	44,86 € 0,05 €	37,38 € 0,04 €
Code - Taux		Base march.HT	Taxes/march.	Frais HT	TVA/Frais	Reglement	
I - 20,00%		862,08 €	172,42 €	DEEE : 0,29 €	0,06 €	Mode A la caisse	Montant 1 034,85 €
						Total HT	862,37 €
						Total Taxes	172,48 €
						TOTAL GENERAL	
						EUR	1 034,85 €

* European Article Number (système européen de codification des produits codes)

Le compte-rendu

■ Doit faire apparaître les points suivants :

- Objet de la réunion
- Date, heure, lieu
- Participants
- Ordre du jour
- Résumé de chaque point de l'ordre du jour
- Relevé des décisions (responsabilité, point laissé à la réflexion ...)



Formaliser, Contrôler

Un compte rendu de réunion est un outil très pratique lors de la tenue de débats ou de discussions au sein d'une entreprise ou d'une association. Il permet de faire ressortir les décisions prises lors d'une réunion.

Un compte rendu de réunion est une synthèse de l'ensemble des débats et discussions observés lors d'une réunion de travail ou une assemblée analogue. Sa forme doit répondre à des critères précis et respecter différentes étapes de rédaction pour être aussi efficace que possible. En fonction du type de réunion (conseil d'administration, comité d'entreprise, etc.), il est primordial de savoir comment faire un compte rendu de réunion adapté pour que les décisions prises ne restent pas sans actions.

Sa principale utilité est d'offrir à toutes les personnes présentes lors des échanges un résumé de l'objet des débats et des décisions entérinées. Ces éléments permettront ensuite d'établir un plan d'action plus précis où chacun verra son rôle défini. Ce document est également un moyen d'offrir aux membres de l'entreprise dont la fonction ne permet pas de participer à la réunion un résumé complet de celle-ci.

Un compte rendu peut prendre plusieurs formes (synthèse, mémoire, procès-verbal), mais son objectif reste le même : permettre à un lecteur extérieur de comprendre parfaitement l'objet de l'ordre du jour, les étapes de la discussion, puis les décisions prises. Mais ce ne sont pas les seuls éléments qu'il doit contenir. La mise en page d'un compte rendu de réunion doit ainsi comporter :

- les participants à la réunion (et les absents), leur fonction et le responsable désigné ;
- le lieu, la date et le type de réunion ;
- le titre de l'ordre du jour ;

- le nom du rédacteur de la synthèse ;
- le lecteur ou les lecteurs auxquels est destiné le mémoire ;
- un résumé des échanges et des décisions.

L'ensemble de ces informations doit être bien visible à la lecture d'un compte rendu de réunion.

Le compte rendu de réunion doit ainsi reprendre l'ordre du jour et suivre une certaine forme. Il doit être adapté en fonction de la destination du document (lecture interne, diffusion externe, archivage, etc.) pour faciliter au maximum la compréhension des enjeux de la réunion concernée.

Quel que soit le but des réunions en entreprise, les débats, les échanges et les décisions prises entre les membres présents font l'objet d'un compte rendu. Il est important de retracer fidèlement les échanges sous la forme d'une présentation claire divisée en plusieurs paragraphes avec un titre évident. D'ailleurs, la diffusion de cette synthèse sera effectuée auprès des membres absents et doit donc refléter les communications qui ont eu lieu.

Vocabulaire

compte <i>m</i> rendu	протокол засідання
réunion <i>f</i> de travail	робоча нарада, засідання
objet <i>m</i> des débats	тема дискусій, обговорень
conseil <i>m</i> d'administration	рада директорів
comité <i>m</i> d'entreprise	рада трудового колективу
décisions <i>f pl</i> entérinées	затверджені рішення
plan <i>m</i> d'action	план дій, заходів
synthèse <i>f</i>	огляд, зведення, аналітична довідка
mémoire <i>m</i>	доповідна записка, дисертація, доповідь, наукове дослідження
procès-verbal <i>m</i>	протокол
ordre <i>m</i> du jour	порядок денний
participants <i>m pl</i> à la réunion	учасники засідання, зборів
absents <i>m pl</i>	відсутні на зборах, засіданні
lecture <i>f</i> interne	внутрішнє обговорення
diffusion <i>f</i> externe	зовнішнє розповсюдження
archivage <i>m</i>	зберігання в архіві
résumé <i>m</i> des échanges et des décisions	короткий виклад обміну думками та рішень
faciliter la compréhension	полегшити розуміння
retracer fidèlement	точно відтворювати

nom <i>m</i> du rédacteur de la synthèse	ім'я укладача аналітичної довідки
refléter les communications	відобразити спілкування

1. Lisez et traduisez le compte rendu. Faites correspondre les indications données dans le désordre à la partie du compte rendu qui convient.

- a. Noter les noms et fonctions des personnes présentes, absentes ou excusées
- b. Ne pas mettre de formule de politesse pour prendre congé
- c. Raconter les faits (reprise des informations échangées, remarques, décisions)
 - soit par ordre chronologique en citant une par une les interventions des participants
 - soit par thème
- d. Préciser l'ordre du jour
- e. Ne pas mettre de signature
- f. Donner le titre et la date du compte rendu
- g. Ne pas mettre de titre de civilité, au contraire d'une lettre
- h. Mettre le nom de la société



Compte rendu de la réunion des commerciaux du 16 juillet ...

Ordre du jour : Nouvelle collection de montures

Présents : Madame Martinez, directrice commerciale
 Monsieur Tran, responsable marketing
 Madame Langlet, représentante zone France
 Monsieur Van Loh, représentant zone Europe du Nord

Absente : Madame Ferreira, représentante zone Espagne et Portugal

Excusé : Monsieur Boltz, représentant zone Allemagne

1) Présentation de la nouvelle collection de montures Zigma

Pour faire face à la concurrence et à une baisse des ventes, la collaboration avec un nouveau styliste a permis de mettre au point une collection innovante de montures de lunettes. Elle présente les caractéristiques suivantes :

- une grande légèreté des montures grâce à des matériaux high-tech plus résistants, plus souples et moins chers
- des branches interchangeables
- 10 nouveaux coloris tendance
- 5 formes de monture (ronde, carrée, rectangulaire, papillon, aviateur)

2) Offre promotionnelle

À la demande des commerciaux, l'offre est la suivante pour l'achat d'une monture de la collection Zigma :

- 3 paires de branches interchangeables pour chaque achat d'une monture
 - un bon cadeau d'une valeur égale à 30 € à valoir sur une paire de lunettes de soleil de la marque Designoptique
- Cette collection est distribuée seulement dans des magasins d'optique sélectionnés en France et à l'international.

Anne-Lyse Dubois, Béatrice Tausin, Objectif Express 2, Hachette, 2016

2. Lisez le courriel d'invitation à la réunion. Trouvez à quelle partie correspond chaque information.

de _____ 16.04 à 09:43
à _____
Cc _____
objet ODJ réunion réflexion « logement écologique »
pièce(s) jointe(s) ODJ_reunion_reflexion.pdf

(a) Chers collègues,

(b) Vous êtes conviés à la réunion de brainstorming sur le logement écologique. Nous avons de plus en plus de demande à ce sujet, c'est pourquoi notre direction souhaite initier une réflexion à ce propos.

(c) Les points suivants seront abordés :

- Quiz sur le logement écologique puis présentation du marché actuel
- Analyse des demandes clients
- Brainstorming sur les matériaux, les moyens techniques, les espaces de travail, la formation des employés...
- Estimation des coûts

(d) Vous trouverez en pièce jointe l'ordre du jour détaillé.

(e) J'en profite pour vous signaler la présence de M.Alcide Guesdon lors de cette réunion. Consultant en certifications environnementales, il nous fera découvrir les dernières réglementations et innovations dans le domaine. Il nous les présentera en début de réunion.

(f) Cette réunion se tiendra le 26 avril de 15 h à 17 h 30, salle de Tokyo. Vous allez recevoir une invitation sur votre agenda en ligne très prochainement.

(g) Si vous avez une indisponibilité à cette date, je vous invite à me la signaler au plus vite par retour de ce mail. Un compte rendu de réunion sera rédigé ; nous vous le transmettons sous 8 jours.

(h) Je reste à votre disposition pour toute question.

Bien à vous,

Victoire Diallo

Responsable finance Seneconstruction

(+221) 33 874 70 47

- | | |
|---|--|
| 1. formule de prise de congé | 5. invitation à lire une pièce jointe |
| 2. mention d'invité | 6. modalités pratiques |
| 3. conformation de la disponibilité | 7. déroulement et questions soulevées |
| 4. invitation et explication de l'objectif général | 8. formules d'appel |



Compte rendu de la réunion du comité de direction du 12 mars ...

Ordre du jour : Implantation d'une nouvelle usine

Présents : Philippe Cantin, directeur général

Isabelle Arnoux, directrice des ressources humaines

Thomas Joubert, directeur financier

Pierre Renaud, directeur export

Excusée : Claire Moraud, directrice de production

La séance est ouverte à 10 h sous la présidence de P. Cantin.

Pour commencer, Philippe Cantin rappelle l'ordre du jour prévu et Isabelle Arnoux donne à chaque participant un dossier préparé par Pierre Renaud.

Isabelle Arnoux présente le plan d'action. Elle explique qu'elle n'a pas encore pu lancer l'appel à candidatures parce qu'elle n'a toujours pas la liste définitive des personnes intéressées.

Thomas Joubert demande combien de postes il y a à pourvoir.

Isabelle Arnoux répond qu'une dizaine de postes sont à pourvoir. Elle ajoute qu'elle avait prévu d'organiser une réunion d'information pour le personnel la semaine prochaine mais qu'elle l'a annulée parce que la production ne lui avait pas encore communiqué tous les documents importants.

Claire Moraud fait savoir que les salariés pensent qu'on va supprimer des postes. Elle pense qu'on doit les informer. Elle demande quand une réunion est possible.

Isabelle Arnoux informe qu'elle prévoit de réunir le personnel mercredi 13 mars. Elle ajoute qu'elle demandera aux candidats au départ de remplir leur dossier de candidature et de le retourner avant fin avril. Philippe Cantin et elle recevront les candidats en juin.

Philippe Cantin précise qu'il s'agit de développer les activités en Europe et qu'il y aura des conséquences sur les emplois actuels.

Claire Moraud veut savoir quelles sont les conditions d'expatriation.

Isabelle Arnoux apporte les réponses suivantes :

- une augmentation des salaires de 10 % ;
- la prise en charge de la moitié des frais de logement ;
- une prime de déménagement de 10 000 €.

Pour finir, Thomas Joubert demande si les frais de scolarité des enfants seront payés.

Isabelle Arnoux annonce qu'ils seront pris en charge.

Une nouvelle réunion est prévue le 17 avril.

L'ordre du jour étant épuisé, Philippe Cantin lève la séance à 12 h 30.

Anne-Lyse Dubois, Béatrice Tausin , Objectif Express 2, Hachette, 2016

L'enregistrement de la réunion du comité de direction du 12 mars

Philippe Cantin : Bonjour à tous. Je vous rappelle que nous sommes réunis pour parler de l'expatriation de notre personnel dans notre usine au Brésil. Tous le monde est là ?

Claire Moraud : Non, Pierre Renaud s'est excusé, il est en mission en Corée, mais il m'a donné le dossier qu'il avait préparé pour nous. Tenez !

Philippe Cantin : Très bien. Alors, nous pouvons commencer. Tout d'abord, je vais laisser la parole à Isabelle Arnoux qui va nous expliquer le plan d'action et, après, vous pourrez poser des questions.

Isabelle Arnoux : Merci bien, Philippe. Alors, voilà, je n'ai pas encore pu lancer l'appel à candidatures parce que je n'ai toujours pas la liste définitive des postes à pourvoir mais ...

Thomas Joubert : Pardon, excusez-moi de vous couper la parole. Je voudrais savoir combien de postes il y a à pourvoir.

Isabelle Arnoux : Une vingtaine... J'avais prévu d'organiser une réunion d'information pour le personnel la semaine dernière mais je l'ai annulée parce que la direction ne m'avait pas encore communiqué toutes les informations importantes et... Oui, Claire, vous voulez intervenir ?

Claire Moraud : Juste un commentaire. Ça devient urgent ! Les gens pensent qu'on va supprimer des postes. On doit les informer. Quand est-ce qu'une réunion est possible ?

Isabelle Arnoux : Je prévois de réunir le personnel mercredi et ensuite, en avril, je demanderai aux candidats au départ de compléter leur dossier de candidature et de nous le communiquer avant fin mai. Enfin, courant juin, Philippe et moi, nous les recevrons pour des entretiens individuels.

Philippe Cantin : Je voudrais ajouter une précision. Il s'agit de développer nos activités en Amérique du sud. Il n'y aura pas d'impact sur les emplois en France.

Claire Moraud : Et quelles sont les conditions d'expatriation ?

Isabelle Arnoux : Une augmentation des salaires de 15 %. Nous prendrons aussi en charge tous les frais de déménagement et de logement.

Thomas Joubert : S'il vous plaît, je peux encore vous poser une question ?

Isabelle Arnoux : Oui. Allez-y.

Thomas Joubert : Est-ce que les frais de scolarité des enfants seront payés ?

Isabelle Arnoux : Oui...et, dernier point, le personnel touchera une prime d'installation de 10000 €.

Philippe Cantin : Bien, ce sera tout pour aujourd'hui. Je vous remercie.

4. Lisez le compte rendu ci-dessous, traduisez-le.

Compte rendu de la réunion du 30 juin 2020

Présent(e)s : Guillaume Marvin (Directeur général), Marine Schmitt (Directrice financière), Victoria Santini (Responsable marketing/communication), Kevin N'Guyen (Directeur des ventes)
Excusé : Warren Carlton-Gletner (Responsable des partenariats)

Ordre du jour

1. Rappel du contexte (GM)
2. Lancement des nouveaux produits : propositions à valider, calendrier (VS)
3. Budget et rappel des responsables des actions (MS)

Guillaume Marvin rappelle que l'entreprise peine à s'imposer en France sur le segment du petit déjeuner à destination d'une clientèle adulte, avec un chiffre d'affaires en baisse (- 240 K€). Les Français consomment 3 fois moins de céréales que leurs voisins britanniques. Deux nouvelles références de céréales seront lancées sur le marché en septembre 2020. La première Crousti'Légend mise sur un mélange de céréales anciennes, avec des fruits et du cacao. La deuxième, Elancia, est orientée vers le « mieux manger » plutôt que le « manger moins ». Avec ce lancement, *Corn'bio* espère récupérer des parts de marché et vise un chiffre d'affaires de + 400 K€ l'an prochain.

Plusieurs propositions sont envisagées pour lancer ces deux produits :

- Encarts publicitaires Facebook/Instagram (retenue)
- Opérations commerciales dans les supermarchés (Crousti'Légend)
→ cible : actifs, trentenaires, zones périurbaines (retenue)
- Distribution d'échantillons dans les rues les plus commerçantes de plusieurs villes (Elancia)
→ cible : femmes, citadines (retenue)
- Partenariats avec salles de sport (non retenue, coûteux et long à mettre en place)

Période de mise en route des actions

- Campagne réseaux sociaux de mai à octobre
- Opération dans les supermarchés de septembre à novembre
- Opération de distribution le mois du lancement

Budget alloué aux actions

Budget initial (31 K€) refusé. Victoria Santini envoie une nouvelle proposition cette semaine.

Responsable de l'action

Victoria Santini et Warren Carlton-Gletner seront en appui de Kevin N'Guyen, chargé de coordonner le projet.

A.Holle, A.Diogo, M.Grimaud, B.Lauret, M.Maussire, Edito Pro B1, Didier, 2020

Trouvez dans le texte ci-dessus les équivalents des mots et expressions suivants :

порядок денний — протокол зборів — нагадування про стан справ — випуск нової продукції — закріпитися в сегменті виробництва сніданків — передбачаються деякі пропозиції — зниження торгового обороту — нові вироби сухих злакових сніданків — рекламні вставки — комерційні операції в супермаркетах — цільова клієнтура — розповсюдження зразків — на самих комерційних вулицях — період виконання заходів — кампанія у соціальних мережах — приміські райони — бюджет, виділений на заходи — початковий бюджет відхилений — відповідальний за проведення заходу — відповідальний за координацію проекту — пропозиція не прийнята — мешканці міста — французи споживають у три рази менше сухих злакових сніданків — їх сусіди британці — фінансовий директор — керівник відділу маркетингу і комунікацій

5. Complétez les phrases avec les éléments appropriés. Traduisez le texte.

collectif — communication professionnelle — réunion — recrutement — internes — destinataires — obligatoire — contraignant — hiérarchique — employés — responsable — règles — entreprise — salariés — s'adresse — émission — concise — numéro — formulaire — rédigée — instructions — problématique — émetteur — respecte — civilités — message — mentions

Note d'information et Note de service

La note d'information et la note de service sont des documents _____ similaires utilisés par les entreprises ou les administrations le plus souvent pour un usage _____. Si elles sont toutes les deux des outils de _____, il existe cependant quelques subtilités entre les deux versions.

La note d'information vise à faire circuler une information à un ou plusieurs _____ en lien avec l'activité de l'entreprise comme une date de _____, un changement de réglementation, un évènement particulier, le _____ d'un nouveau collaborateur, etc. Comme son nom l'indique, elle exprime avant tout une information et n'a pas de caractère _____ ou _____ pour les salariés.

La note de service s'inscrit davantage comme une communication _____ en vue de préciser des consignes, un mode de fonctionnement, des _____ à suivre, un rappel à l'ordre, etc. Elle confère un caractère obligatoire et peut s'adresser à tous les _____ ou seulement à une partie d'entre eux.

Ces documents ne doivent pas être confondus avec "la note" qui est un rapport ou un compte rendu simple qu'un collaborateur transmet à son _____ dans un but informatif.

Une note de service s'adresse à un ensemble de _____. Elle doit donc être rédigée de façon claire et _____, pour être ensuite comprise par tous. La note de service a un caractère officiel et à ce titre, elle doit comporter plusieurs _____ obligatoires, telles que :

- Un _____ de note de service ;
- L'en-tête et les coordonnées de l'_____ émettrice ;
- La date de son _____ ainsi que le lieu ;
- Le nom et la fonction de l'_____ de la note de service ;
- Les destinataires auxquels elle _____ ;
- La signature de son expéditeur ;
- L'objet de la note de service pose la _____ ;
- Et bien sûr, le corps de la note de service, qui répond à la problématique énoncée en objet et qui contient les informations et _____ à transmettre.

Il n'existe pas de _____ officiel ni de modèle précis de note de service. Selon ses usages, chaque entreprise définit librement la forme de ce document, qui _____ toutefois un certain protocole :

- La note de service doit être _____ dans un style impersonnel. Son auteur ne doit pas s'impliquer personnellement, ni employer le « Je » ;
- Le _____ est global, il s'adresse à une généralité de salariés et ne doit pas non plus comporter de « Nous » ;
- Pour ces mêmes raisons, la note de service ne précise pas de _____, n'est pas nominative et ne se termine pas par une formule de politesse.

6. Voici, dans le désordre, les éléments communs aux notes professionnelles. Faites correspondre les mentions ci-dessous aux parties correspondantes de la note d'information et de la note de service.

- a.** Lieu et date
- b.** Pas de formule de politesse pour prendre congé
- c.** Pas de titre de civilité
- d.** Service émetteur
- e.** Objet
- f.** Le signataire
- g.** Le ou les destinataire(s) : la note peut s'adresser à une seule personne, à plusieurs personnes d'un même service ou à l'ensemble du personnel
- h.** Conclusion
- i.** Titre
- j.** En-tête simplifié



DURUIT VOYAGE

Direction commerciale

Lille, le 18 octobre 20...

Aux conseillers de clientèle

NOTE D'INFORMATION N° 98

Objet : Séminaire annuel des conseillers de clientèle

Le séminaire annuel des conseillers de clientèle se déroulera cette année les 12 et 13 avril dans les nouveaux locaux de notre siège social.

Pour nous permettre d'organiser dans les meilleures conditions l'accueil des participants, nous vous prions de nous retourner pour le 20 mars au plus tard le coupon réponse ci-joint.

Nous vous remercions de votre collaboration.

Le Directeur commercial



MEDIUM SERVICES

Nice, le 5 octobre

De : Direction des ressources humaines

À : L'ensemble du personnel

Note de service n° 25

Objet : Horaires variables

À la suite de la mise en place des horaires variables, nous vous rappelons les plages horaires mobiles :

– heures d'arrivée entre 7 h 30 et 9 h 30

– heures de départ entre 16 h et 18 h 30

Vous êtes priés de respecter strictement ces horaires.

Nous vous remercions de votre coopération.

La Directrice des ressources humaines

7. Traduisez le texte.

Службова записка – це форма внутрішнього документообігу, що дозволяє найбільш ефективно і оперативно вирішувати поточні виробничі ситуації.

Метою службової записки є повідомлення будь-якої посадової особи про існуючу проблему, внесення пропозицій щодо її розв'язання або погодженням намічених дій. Загальні вимоги до змісту документа:

- Обов'язкове зазначення адресата службової записки.
- Найменування документа і його номер.
- Суть проблеми або ситуація, з якою необхідно розібратися.
- Пропозиції щодо вирішення питання, або вказівку на дії, які автор службової записки чекає від її адресата.
- Прізвище та ініціали особи, яка склала службову записку, а також її посаду.

11. CV. Lettre de motivation. Lettre d'embauche. Offre d'emploi.



Comment faire un CV professionnel ?

Créer et actualiser son curriculum vitae sont des étapes incontournables d'un parcours professionnel. En présentant votre profil et vos qualifications à l'employeur, un bon CV vous permet de postuler sereinement et de dégager un sentiment de confiance, qui révélera le mental de battant dont vous disposez en tant que candidat.

Commencez par annoter les informations que vous voulez intégrer à votre CV. Vous aurez ainsi une bonne idée d'ensemble de sa composition, mais aussi des sections à étoffer et de celles que vous voudrez mettre le plus en valeur :

Vos données personnelles et de contact

Généralement en haut de votre CV, bien en évidence, on retrouvera votre prénom, votre nom, votre numéro de téléphone et votre adresse électronique. L'adresse postale n'est pas obligatoire, mais peut être un élément rassurant pour le recruteur si vous êtes proche géographiquement. Vous pouvez n'indiquer que la ville par exemple. D'autres éléments pourront se retrouver dans cette catégorie, comme la possession d'un permis de conduire si cela est demandé, ou un lien vers un profil de réseau professionnel (les recruteurs vérifient souvent votre présence sur Internet).

Compétences

C'est ici que vous pourrez lister vos compétences techniques ainsi que vos soft skills. Il est aussi recommandé de consacrer une section aux compétences informatiques et, éventuellement à votre niveau de langue sur votre CV. Soyez rigoureux et n'indiquez que les compétences que vous maîtrisez réellement et qui sont pertinentes pour le poste visé. Si vous le pouvez, justifiez vos compétences avec des diplômes, certificats, ou en citant dans quel contexte professionnel vous les avez employées.

Expériences professionnelles

De la plus récente à la plus ancienne, mentionnez chaque expérience, le nom de l'entreprise, la date de votre prise de poste, le titre du poste et, brièvement, les tâches et les réalisations importantes. Si possible, utilisez des chiffres permettant de mesurer votre impact (exemple : augmentation du chiffre d'affaires de l'entreprise de 10 % suite à mes actions commerciales de prospection). Privilégiez une rédaction concise pour une bonne lisibilité, vous développerez cette partie en entretien.

Cette section est primordiale pour les jeunes professionnels. Vous pouvez y inclure des informations comme les cours pertinents suivis, votre implication dans des associations scolaires, les projets réalisés ou encore votre mémoire, s'il est en lien avec l'emploi auquel vous postulez. Pour chaque formation, incluez le nom de l'établissement, l'intitulé et l'année d'obtention du diplôme. Les certificats et les formations extrascolaires sont aussi les bienvenus dans cette section.

<https://fr.indeed.com/conseils-carrieres/cv-lettres-motivation/faire-un-cv>

Vocabulaire

curriculum <i>m</i> vitae	куррікулум віте, резюме
parcours <i>m</i> professionnel	професійний шлях, досвід
employeur <i>m</i>	роботодавець
postuler	бути кандидатом, подати кандидатуру
mental <i>m</i> de battant	бойовий дух, інтелект енергійного діяча
sections <i>f pl</i> à étoffer	параграфи, які необхідно посилити
mettre le plus en valeur	підкреслити, виставити в найкращому світі
données <i>f pl</i> personnelles	персональні дані
recruteur <i>m</i>	рекрутер, фахівець з підбору персоналу
adresse <i>f</i> postale	поштова адреса
permis <i>m</i> de conduire	посвідчення водія
profil <i>m</i> de réseau professionnel	профіль у професійній мережі
compétences <i>f pl</i>	знання, уміння, навички
soft skills <i>m pl</i>	соціально -комунікативні навички
compétences <i>f pl</i> informatiques	володіння комп'ютером
niveau <i>m</i> de langue	рівень володіння мовою
maîtriser	володіти
poste <i>m</i> visé	посада, на яку претендують
expériences <i>f pl</i> professionnelles	професійний досвід
titre <i>m</i> du poste	назва посади
formation <i>f</i>	освіта, здобуття кваліфікації
emploi <i>m</i>	робоче місце, посада

1. Complétez le texte ci-dessous à l'aide des mots et expressions suivants et traduisez-le:

responsable du recrutement — objet de la lettre — se présenter — ville et la date — nom de l'entreprise — formule de politesse — intitulé du poste — nom, prénom, adresse, téléphone et e-mail — Madame, ou Monsieur, ou Madame, Monsieur — apporter — objet, emploi, stage, contrat en alternance — paragraphes — formule de politesse — atouts — avantages — intérêt — recruteurs — candidat

Comment mettre en page une lettre de motivation ?

En haut à gauche, il est d'usage de noter son _____
_____. Plus bas ou au même niveau, mais à droite, figurent le _____, idéalement celui de la personne _____ et l'adresse complète. En dessous, toujours à droite, on indique la _____ (À..., le...). Il est possible d'indiquer la date en chiffres. Après un ou plusieurs retours à la ligne, c'est l' _____ : « Objet :... ». L'objet est souvent l' _____, mais il peut être plus précis (stage, réponse à votre offre d'emploi...). La lettre commence par _____, si l'on ne sait pas qui est responsable. Elle se termine par une _____ et la signature.

Quel est le plan d'une lettre de motivation ?

La structure classique consiste à _____, montrer que l'on connaît l'entreprise, démontrer les _____ d'une éventuelle collaboration. Il est déconseillé de s'en écarter. Le début ne doit pas résumer le CV, mais faire ressortir les _____ du candidat. Il peut être plus long que la suite, qui traduit et justifie son _____ pour l'entreprise. La dernière partie se concentre sur ce que le candidat peut lui _____.

Les _____ peuvent recevoir de nombreuses lettres de motivation chaque jour. Quel que soit l' _____ ou autre, une lettre de motivation ne devrait jamais faire plus d'une page A4. Elle doit comporter des _____ courts et aérés, sachant qu'un paragraphe est dédié à un sujet.

Pour la _____, mieux vaut jouer la carte de la sobriété et s'en tenir aux banales mais néanmoins efficaces "salutations distinguées". « Présenter ses hommages ou témoigner son respect est inopportun », précise Christelle Conte, qui note ici « un vrai bon point » : le _____ a pris le soin de « personnaliser sa lettre en l'adressant à quelqu'un en particulier ».

<https://emploi.lefigaro.fr/recherche-d-emploi/guide-de-la-recherche-d-emploi/499-mise-en-page-de-lettre-de-motivation-comment-faire/>

2. Lisez le texte qui concerne le contenu d'une offre d'emploi, puis l'annonce provenant d'un site de recherche d'emploi. Indication du poste : Hôte(sse) d'accueil. Retrouvez les informations mentionnées dans le texte. Y retrouve-t-on toutes les informations ?

Que contient une offre d'emploi ?

Elle contient nécessairement :

- ◆ l'indication du poste à pourvoir ;
- ◆ les modalités de réponse (comment répondre).

Souvent aussi elle comporte les informations suivantes :

- ◆ une présentation de l'employeur ;
- ◆ le profil du poste (tâches demandées) ;
- ◆ le profil souhaité du candidat : formation, expérience, compétences, qualités ;
- ◆ la durée du contrat proposée ;
- ◆ le lieu de travail ;
- ◆ les conditions de travail (horaires, salaire, congés, avantages divers).

HÔTE/HÔTESSE D'ACCUEIL
CABINET D'AVOCATS – PARIS 8^e
25 000 € par an – Temps complet, CDI

- Accueil des visiteurs
- Gestion du standard téléphonique
- Traitement des mails
- Gestion des rendez-vous
- Réservation des salles de réunion
- Beaucoup de relations à l'international

Vous maîtrisez l'anglais, à l'écrit et à l'oral, et vous avez idéalement de bonnes connaissances d'allemand. Vous connaissez bien les outils informatiques et bureautiques.

Vous avez une excellente présentation et le sens du contact. Vous êtes courtois(e), organisé(e), discret/ète. Vous savez travailler en équipe et garder pour vous les informations confidentielles.

POSTULER

3. A la suite de l'offre d'emploi pour un poste d'hôtesse d'accueil (voir ex.2), le cabinet d'avocats Abeille et Associés a reçu le CV ci-dessous de Corinne Mercier.

a. Pour rédiger son CV, Corinne a suivi les conseils d'un professionnel du recrutement. Vérifiez qu'elle les a bien tous suivis. La solution est donnée pour le premier.

Conseils pour rédiger un CV

1. Si possible, votre CV doit tenir sur une page. Vous devez avoir l'esprit de synthèse.

Solution : Corinne a réussi à rédiger son CV sur une seule page.

2. Il est inutile d'écrire le titre « curriculum vitae » sur son CV.

3. Je vous conseille de commencer par votre prénom, puis votre nom. Il vaut mieux que vous écriviez votre nom en majuscules.

4. Mieux vaut écrire son âge en chiffres, plutôt que de donner sa date de naissance.

5. Vous ne devez pas préciser votre appartenance politique, syndicale, religieuse. Ce type d'information ne regarde pas le recruteur.

6. Ne mentionnez pas l'adresse de vos précédents employeurs. Le nom de société, son activité, son activité et sa localisation géographique suffisent.

7. Pour vos loisirs, vous avez intérêt à éviter les banalités qui ne vous distingueront pas des autres candidats.

Mercier Corinne

3 avenue Chaban
33000 BORDEAUX
04 28 53 20 10
cmercier@orange.com



Mariée, 24 ans

HÔTESSE D'ACCUEIL

FORMATION

- 2015** Baccalauréat professionnel Hôtellerie
2016 - 2017 École supérieure de tourisme (EST), Bordeaux
Diplôme de l'EST, mention Très bien
2018 Institute of Languages
Boston, États-Unis

LANGUES

- Français Langue maternelle
Anglais Lu, écrit, parlé couramment (1 an aux USA)
Allemand Bonnes connaissances (5 ans d'études)

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

- 2017** Hôtel Rix, Bordeaux (3, avenue du Lac)
Réceptionniste (stage de trois mois)
Depuis 2019 Association des vignerons, Bordeaux
Hôtesse standardiste, chargée d'orienter les appels téléphoniques, de trier le courrier.

ACTIVITÉS EXTRA-PROFESSIONNELLES

Lecture, voyages, cinéma. Membre actif des Croix de Bois
(Association musicale catholique)

Jean-Luc Penfornis, Français.com, Cle International, 2018

4. Vous souhaitez répondre à une offre d'emploi (document 1). Vous répondez par un courriel de motivation qui contient votre curriculum vitae (document 2) en pièce jointe.

DOCUMENT 1

Responsable de point de vente H/F - Toulouse (31)

Description du poste

La société Alternative Bike, spécialisée dans l'électromobilité (trottinette électrique, gyroroue, vélo...), recherche pour le magasin de Nantes un responsable de point de vente.

Vous aurez en charge la gestion technique et commerciale du magasin. Cette fonction nécessite une appétence technique. En relation avec le dirigeant, vous superviserez le magasin au quotidien.

Profil recherché

De formation Bac +2 dans la vente. Vous avez une expérience d'au moins deux ans dans la vente. Une connaissance du monde du sport serait un plus. Vous êtes autonome et savez gérer une équipe de plus de 20 personnes.

Bonne maîtrise du français (niveau B1) – anglais (souhaité)

Publiée le 20 décembre 2020

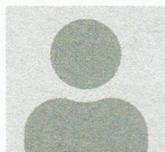
Type d'emploi :

- **Type d'emploi :**
temps plein
- **CDI**
- **Salaire :**
1 450 € net/mois
- **35 heures**
hebdomadaires

Merci d'adresser CV + courriel de motivation à :

BikeNantes@gmail.com

DOCUMENT 2



Nom, prénom,
Adresse,
téléphone,
courrier électronique

Responsable de vente

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

Depuis 2020
En poste - CDD

→ **Coordinateur des ventes, Sport du monde**
Ouverture des points de vente en Europe de l'est, faire le lien entre le siège et les équipes sur place, proposer et planifier les actions.

2019-2020
2 ans - CDI

→ **Directeur de magasins, Sport et nature**
Recruter et former les équipes sur place, gérer les stocks, organiser la promotion de la marque.

2015-2019
4 ans - CDD

→ **Responsable des ventes, Okapi (vêtements, accessoires)**
Piloter les ventes, développer le CA, manager l'équipe.

FORMATION

2013-2015
2010-2013

Master en vente, Université de Montpellier
Licence en droit international, Université de Toulouse

APTITUDES ET CONNAISSANCES

LANGUES : anglais (TOIC 900/990) ; espagnol (Dele A2) ; français (DFP B1)

INFORMATIQUE : Excel, Word

CENTRES D'INTÉRÊT : sport, nature, cyclisme

A.Holle, A.Diogo, M.Grimaud, B.Lauret, M.Maussire, *Edito Pro B1*, Didier, 2020

5. Trouvez dans le texte les équivalents des mots et expressions suivants :

давно зацікавлений діяльністю вашої компанії — я беру на себе сміливість відправити вам — резюме в прикріпленому файлі — резюме на вакансію консультанта стратегічного менеджменту — після двох років навчання — я перебуваю в пошуках нової професійної можливості — досвід роботи за кордоном — пройти стажування — управління міжнародним бізнесом — посадові обов'язки — консультанти з підвищення продуктивності — допомагати директору — вдосконалити свою англійську мову — міжнародна стратегія розвитку — продовжувати відкривати для себе світ — вивчити основи португальської мови — дуальна освіта (поєднується навчання у закладах освіти з навчанням на робочих місцях на підприємствах) — підтримувати компанії в їх стратегії — питання цифрової трансформації — динамічний, серйозний та цілеспрямований — вміти легко адаптуватися — відповідати очікуванням — зі мною можна зв'язатися по телефону

boîte de réception	lire un message	< Précédent	Suivant >
de	hiba.menchari@gmail.com	Imprimer	
à	rh@accenture-geneve.ch		
objet	Candidature spontanée poste consultante stratégie		
pièce(s) jointe(s)	CV_Hiba_Menchari		

Madame, Monsieur,

Intéressée depuis longtemps par votre entreprise et vos missions, je me permets de vous envoyer ma candidature spontanée avec mon CV ci-joint. Mon alternance chez AdValoris se termine bientôt, je suis donc à la recherche d'une nouvelle opportunité professionnelle.

Après deux ans dans un cursus général à l'École Supérieure de Commerce de Tunis (ESCT), j'ai vécu l'année dernière une expérience à l'étranger extraordinaire.

Pour commencer, j'ai effectué un échange universitaire de 6 mois au Mexique, à l'UDLAP (Universidad de las Américas Puebla). J'étudiais l'administration des affaires internationales. Puis, j'ai réalisé un stage de 4 mois dans une petite entreprise de 15 employés au Portugal. Mes missions consistaient surtout à assister le directeur dans la stratégie de développement à l'international. J'ai ensuite décidé de partir quelques mois en Asie (Vietnam, Cambodge et Thaïlande) car je voulais continuer à découvrir le monde.

Ces expériences m'ont permis d'améliorer mon anglais, mon espagnol et d'apprendre les bases du portugais. En septembre, je suis entrée en dernière année de master en alternance à l'INSEEC Genève. Je suis consultante performance pour l'agence AdValoris. J'accompagne des entreprises dans leur stratégie et sur des problématiques de transformation numérique.

Dynamique, sérieuse et motivée, je saurai facilement m'adapter dans votre entreprise et répondre à vos attentes. Je suis joignable par téléphone au +41 6 77 89 46 21 pour tout complément.

Bonne fin de semaine,
Sincères salutations,
Hiba MENCHARI

A.Holle, A.Diogo, M.Grimaud, B.Lauret, M.Maussire, Edito Pro B1, Didier, 2020

6. a. Lisez l'annonce de l'offre d'emploi, traduisez-la. Indication du poste : Gestionnaire d'administration des ventes import/export (H/F). Retrouvez les informations mentionnées dans le texte « Que contient une offre d'emploi ? » (voir ex.2). Y retrouve-t-on toutes les informations ?



Gestionnaire d'administration des ventes import/export (H/F)

Pays :

[Votre pays]

Ville :

[Votre ville]

Type d'emploi :

CDI, plein temps

Votre expérience :

Entre 2 et 4 ans

N° de référence

**COSMOBIO –
AV5489T**

Description du poste

En relation directe avec la direction commerciale, vos missions sont les suivantes :

- Adresser les informations commerciales (catalogues, tarifs, disponibilités, ruptures de stock) ;
- Suivre les commandes et livraisons ;
- Suivre les réclamations (relais entre client et logistique pour retard, relais avec le service marketing pour disponibilité des produits) ;
- Suivre la performance (statistique de ventes, rapport de ventes).

Profil recherché

De formation commerciale (Bac +3 à Bac +5), vous bénéficiez de 2 à 4 années d'expérience dans un poste similaire.

Expérience professionnelle à l'international essentielle.

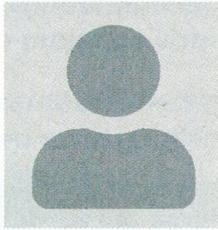
Vous parlez couramment anglais et avez un bon niveau de français (40 % de clients francophones).

Expérience sur Logiciel SAGE ou similaire impérative.

Maîtrise du Pack Office.

Qualités relationnelles (aisance téléphonique, argumentation, esprit d'équipe), dynamisme, organisation et rigueur font partie de vos atouts.

b. Répondez à cette offre d'emploi par un courriel qui contient votre curriculum vitae ci-dessous en pièce-jointe.



Vos coordonnées :
Nom, prénom,
Adresse, téléphone,
courrier électronique

Gestionnaire d'administration des ventes import/export

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

- Depuis juin 2019** CAUDALIE (Produits cosmétiques naturels : soins, visage), [Ville ; Pays au choix]
En poste
CDD
- ☒ **Gestionnaire Administration des Ventes Export**
 - Gérer les commandes d'un portefeuille de clients internationaux, de la prise de commande à la livraison.
 - Assurer le suivi des documents de transport.
 - Réaliser l'interface entre les clients internationaux, les transporteurs et les différents services de l'entreprise.
 - Mettre en place des études benchmarking.
- 2017-2019** MELVITA (Produits cosmétiques : soins et eaux florales), [Ville ; Pays au choix]
2 ans
CCD
- ☒ **Gestionnaire Marketing**
 - Suivre et valider les cycles de vie des produits.
 - Paramétrer et suivre les promotions internationales, foires et salons.
 - Réaliser le reporting (état des stocks par statut).
- 2016** SEPHORA (Produits cosmétiques : parfum, soins, visage), [Ville ; Pays au choix]
6 mois
Stage
- ☒ **Assistant(e) Marketing Export (Stage)**
 - Réaliser les études de marché (Espagne, Belgique, France).
 - Effectuer la veille concurrentielle.
 - Assurer la prospection internationale.

FORMATION

- 2013-2016** Master Commerce International, [Ville ; Pays au choix]

APTITUDES ET CONNAISSANCES

LANGUES : Français (DFP Affaires B1) ; Anglais courant (TOEIC 930/990)
INFORMATIQUE : Word, Excel, PowerPoint, logiciel de gestion SAGE
CENTRES D'INTÉRÊT : [vos centres d'intérêt]

A.Holle, A.Diogo, M.Grimaud, B.Lauret, M.Maussire, Edito Pro B1, Didier, 2020

Références

1. Editions-ellipses.fr. *Bien communiquer à l'écrit dans un contexte professionnel* [online]. Disponible sur: https://www.editions-ellipses.fr/PDF/9782340004634_extrait.pdf [Accès le 28.03.23].
2. Granger, R. (2023). *Bien communiquer par écrit*. [online]. *Manager-go.com*. Disponible sur: <https://www.manager-go.com/efficacite-professionnelle/communication-ecrite.htm> [Accès le 28.03.23].
3. Neoptimal.com, (2021). *L'optimisation et la simplification des processus de communication et de productivité* [online]. Disponible sur: <https://www.neoptimal.com/blog/transformation-digitale-entreprises-pme-eti-2/> [Accès le 28.03.23].
4. I-manuel.fr. *La gestion des flux de courriers entrants*. [online] Disponible sur: https://www.i-manuel.fr/SP_AD1TGA/SP_AD1TGAdocfic14.htm [Accès le 28.03.23].
5. Bureaudeposte.net (2021). *Bien rédiger une adresse postale* [online]. Disponible sur: <https://blog.bureaudeposte.net/bien-rediger-une-adresse-postale/> [Accès le 28.03.23].
6. I-manuel.fr. *La présentation de la lettre commerciale ou administrative*. [online]. Disponible sur: https://www.i-manuel.fr/SP_AD/SP_ADdocfic17.htm [Accès le 28.03.23].
7. Tiereyaon, D. (2021). *Technique de rédaction de lettre d'affaires* [online]. Disponible sur: <https://fr.linkedin.com/pulse/technique-de-rédaction-lettre-daffaires-tiereyaon-dabire> [Accès le 28.03.23].
8. Csslaval.ca. *L'art de la gestion de courriels en bref* [online]. Disponible sur: https://www.csslaval.ca/wp-content/uploads/2019/11/GuideCourriel_web_-3.pdf [Accès le 28.03.23].
9. I-manuel.fr. *Le message électronique* [online]. Disponible sur: https://www.i-manuel.fr/SP_AD/SP_ADdocfic14.htm [Accès le 28.03.23].
10. Lettres-Gratuites.com, (2021). *Démarcher un prospect ou un client potentiel*. [online] Disponible sur: <https://www.lettres-gratuites.com/modele-exemple-lettre-commerciale-655.html> [Accès le 28.03.23].
11. Lettres-Gratuites.com (2021). *Le bon de commande* [online]. Disponible sur: <https://www.lettres-gratuites.com/modele-commande-type-67.html> [Accès le 28.03.23].
12. Fr.indeed.com (2023). *Comment faire un CV professionnel?* [online]. Disponible sur: <https://fr.indeed.com/conseils-carrieres/cv-lettres-motivation/faire-un-cv> [Accès le 28.03.23].

13. Lefigaro.fr. *Comment mettre en page une lettre de motivation?* [online]. Disponible sur: <https://emploi.lefigaro.fr/recherche-d-emploi/guide-de-la-recherche-d-emploi/499-mise-en-page-de-lettre-de-motivation-comment-faire/> [Accès le 28.03.23].

Références papier

14. Dubois, A.-L., Tausin, B. (2016) *Objectif Express 2. Le monde professionnel en français*. Paris: Hachette.
15. Dubois, A.-L., Tausin, B. (2015) *Objectif Express 1. Le monde professionnel en français*. Paris: Hachette.
16. Holle, A., Diogo, A., Grimaud, M., Lauret, B. et Maussire, M. (2020) *Edito Pro B1. Français professionnel*. Paris: Didier.
17. Jégou, D., Rosillo, M.P. (2014). *Quartier d'affaires Français professionnel et des affaires*. Paris: CLE International.
18. Penfornis, J.-L. (2018). *Affaires.com Méthode de français des affaires*. Paris: CLE International.
19. Penfornis, J.-L. (2018). *Communication progressive du français des affaires*. Paris: CLE International.
20. Penfornis, J.-L. (2018). *Vocabulaire progressif des affaires*. Paris: CLE International.
21. Penfornis J.-L. (2018). *Grammaire progressive du français des affaires*. Paris: CLE International.
22. Penfornis J.-L. (2018). *Français.com. Français professionnel*. Paris: CLE International.

Sommaire

Introduction.....	3
1. La communication écrite efficace.....	4
2. Le courrier de l'entreprise.....	9
3. Courrier arrivé et courrier départ.....	15
4. La présentation de la lettre commerciale ou administrative.....	21
5. Le message électronique.....	32
6. La lettre de vente.....	39
7. Le courrier de commande.....	45
8. Lettre de réclamation. Réponse aux réclamations.....	52
9. La facturation.....	62
10. Le compte rendu. La note de service.....	66
11. CV. Lettre de motivation. Lettre d'embauche. Offre d'emploi.....	76
Références	85
Sommaire	87

Навчальне видання

**ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ ПРАКТИКУМ
З ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ
ДІЛОВА КОРЕСПОНДЕНЦІЯ:**

Для студентів IV курсу факультету «Референт-перекладач»,
які навчаються за спеціальністю
035 Філологія (Переклад)

Автор-упорядник ЮР'ЄВА Наталія Прохорівна

В авторській редакції

Відповідальна за випуск *І. Ю. Гусленко*
Комп'ютерний набір *Н.П.Юр'єва*

Підписано до друку 2023. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Гарнітура «Таймс».
Ум. друк. Арк. 5,12. Обл.-вид. Арк. 4,42.
Тираж 22 пр. Зам. №

Видавництво
Народної української академії
Свідоцтво № 1153 від 16.12.2002.

Надруковано у видавництві
Народної української академії

61000, Харків, МСП, вул. Лермонтовська, 27