

LE TOURISTE EN ALSACE

- Habitudes, manières et comportements des étrangers

Par David Plumat

www.leslangues-alacarte.com

Plus de la moitié des touristes en Alsace sont français, les visiteurs étrangers étant principalement originaires d'Allemagne, de Belgique, d'Italie, du Royaume-Uni et de Suisse. Autant de cultures et de langues qui induisent des habitudes et des attentes différentes.

Si les Allemands ont l'habitude de s'installer à la première table libre, les Britanniques s'attendent en revanche à être pris en charge par un professionnel qui va exercer sur eux ses talents. Sont de rigueur compréhension dans le premier cas et attitude avenante dans le second.

Surprise...

De même, on peut être surpris par certains comportements alimentaires. Par exemple, certains clients ont l'habitude de goûter un peu de toutes les spécialités dans un plat unique comme en Italie avec les piatti misti, en Espagne avec les tapas ou dans le reste de la méditerranée avec les mezze. En Alsace, cela équivaldrait à mélanger un peu de salade de cervelas, de quenelles de foie, de choucroute et de baeckeoffe. Le tout dans un plat unique avec des petites assiettes pour tous les convives!

Pareil pour les manières qui évoluent beaucoup d'un peuple à l'autre. Les familiarités avec les anglophones sont fortement déconseillées, en revanche, nos amis francophones acceptent volontiers la boutade qui les met à l'aise.

Pas un malotru !

Un client russe quittant l'établissement sans recourir à des formules de politesse ou respecter les règles de bienséance n'est pas forcément un malotru. Je me souviens de deux clients Japonais assoupis, la tête posée sur la table pendant plus d'un quart d'heure dans un restaurant réputé de Strasbourg. Une situation bien incongrue en décembre, en plein marché de Noël ! De quoi faire perdre la tête au professionnel...

Alors à qui la charge de l'empathie ? A l'hôtelier-restaurateur, cela va sans dire ! Pour une bonne communication, il est essentiel d'anticiper ce que l'autre va comprendre du message émis. A plus forte raison lorsqu'il s'agit d'un client que l'on a envie de revoir.

Sans demander au professionnel de connaître les us et coutumes de chaque culture, il est opportun qu'il en comprenne quelques éléments et tente de s'y adapter.

La traduction des produits et services en langues étrangères est nécessaire mais insuffisante. Il faut apprendre à considérer le comportement du touriste sous une autre perspective. Peut-être n'a-t-il pas l'habitude de voyager, se trouvant alors immergé dans un monde qu'il ne connaît pas où il a perdu ses repères.

Les efforts déployés pour bien communiquer ne peuvent qu'être payants !