

Enseignement technologique en langue vivante

Anglais

Le petit-déjeuner à l'anglaise, entre l'emblématique et le quotidien

<p>STS – THÈME 4</p> <p>LES PRODUITS ET SERVICES CRÉATEURS DE VALEUR (environ 50 % du temps)</p> <p>Lien avec le THÈME 1 possible</p> <p>Le client au centre de l'activité des organisations de l'hôtellerie-restauration</p> <p>CLASSE DE PREMIÈRE</p>	<p>ANGLAIS</p> <p>NOTION : MYTHES ET HÉROS</p>
<p>La production de services repose autant sur la connaissance et le choix des produits utilisés que sur les stratégies requises pour les valoriser.</p>	<p>Tradition du petit-déjeuner à l'anglaise : données historiques/culturelles et représentations sociales.</p>
<p>Question</p> <p>Comment valoriser les services en hôtellerie-restauration ? (1^{re})</p> <p>Lien avec le thème 1 possible :</p> <p>identifier les segments de clientèle. (1^{re})</p>	<p>Objectifs et compétences communicatives langagières</p> <p>Objectifs culturels :</p> <p>Place du petit-déjeuner dans la culture des pays de langue anglaise.</p> <p>Le petit-déjeuner à l'anglaise dans l'hôtellerie-restauration : quel sens donner au maintien d'une tradition ? Produits consommés et types de service conformes aux attentes de la clientèle.</p> <p>Objectifs linguistiques :</p> <p>Lexique : les ingrédients, les mets, les boissons chaudes, les cuissons, l'argumentation commerciale des mets, les types de service, les adjectifs d'appréciation.</p>

<p>STS – THÈME 4</p> <p>LES PRODUITS ET SERVICES CRÉATEURS DE VALEUR (environ 50 % du temps)</p> <p>Lien avec le THÈME 1 possible</p> <p>Le client au centre de l'activité des organisations de l'hôtellerie-restauration</p> <p>CLASSE DE PREMIÈRE</p>	<p>ANGLAIS</p> <p>NOTION : MYTHES ET HÉROS</p>
	<p>Grammaire : les composantes de la narration, les comparatifs, les éléments d'énumération, de chronologie.</p> <p>Objectifs pragmatiques :</p> <p>Prendre la parole ; donner des informations.</p> <p>Objectifs méthodologiques :</p> <p>Organiser et structurer un propos (choisir les informations pertinentes, déterminer un enchaînement logique, conclure).</p>
<p>Capacités</p> <ul style="list-style-type: none"> repérer les caractéristiques des produits et services permettant leur mise en valeur (1^{re}) ; identifier la création de valeur engendrée par le service (1^{re}) ; identifier les caractéristiques d'un service créateur de valeur (T). 	<p>Activités langagières et fonctions du discours mobilisées : compréhension de l'écrit, compréhension de l'oral, expression écrite, expression orale en continu et en interaction</p> <ul style="list-style-type: none"> lire des documents informatifs ; décrire un produit, un mets ; expliquer : comparer les produits, en déduire les informations pertinentes et synthétiser ; argumenter : justifier ses choix pour les valoriser.
<p>Notions et objets de l'enseignement</p> <p>Argumentation commerciale des prestations en restauration.</p> <p>Service des boissons chaudes.</p> <p>Les autres types de service des mets.</p>	<p>Contenus et thématiques (quelques exemples qui pourront être traités)</p> <p>Déclinaisons du petit-déjeuner : ingrédients / plats servis selon les pays, les régions, les époques ; variétés de thé, place nouvelle du café ; types de cuisson des œufs.</p> <p>Apports caloriques différents selon les petits déjeuners / apport énergétique attendu (lien avec les enseignements scientifiques alimentation et</p>

<p>STS – THÈME 4</p> <p>LES PRODUITS ET SERVICES CRÉATEURS DE VALEUR (environ 50 % du temps)</p> <p>Lien avec le THÈME 1 possible</p> <p>Le client au centre de l'activité des organisations de l'hôtellerie-restauration</p> <p>CLASSE DE PREMIÈRE</p>	<p>ANGLAIS</p> <p>NOTION : MYTHES ET HÉROS</p>
<p>Services spécifiques en hôtellerie.</p>	<p>environnement).</p> <p>Évolution des modes de consommation du petit-déjeuner selon les styles de vie (phénomènes de mode ou pratiques installées). Quelques exemples : réduction du temps consacré au petit-déjeuner ; standardisation ; consommation seul, en famille ou en groupe ; produits bio, produits locaux, produits issus du commerce équitable ; évolution des goûts (produits plus ou moins sucrés...).</p> <p>Distinctions entre les segments de clientèle : individuelle, en groupe, de loisirs, d'affaires.</p> <p>Adéquation de la commercialisation et du service aux besoins de la clientèle selon le lieu. Quelques exemples : <i>pub, drive-in, take away, bed and breakfast</i>, hôtel à clientèle internationale, etc.</p> <p>Rôle du serveur en tant que facteur de valeur ajoutée : relations humaines personnalisées (accueil, conseils pour le choix des plats, service du thé, etc.) pour différents types de service (<i>bed and breakfast, buffet, brunch, room service</i>).</p>
<p>Mise en œuvre</p> <p>À partir d'expériences de production de services au restaurant pédagogique et/ou d'application, on analysera la création de valeur des principales formes de service : service au buffet service au plateau, etc.</p>	<p>Compétences</p> <p>Donner des informations techniques et culturelles sur un produit.</p> <p>Établir des liens entre les produits et les pays (similitudes et différences en matière de production et de consommation).</p> <p>Anticiper les besoins de la clientèle pour la fidéliser.</p> <p>Énumérer les étapes d'un protocole de service en employant des connecteurs temporels.</p> <p>Faire des choix et les justifier.</p>

<p>STS – THÈME 4</p> <p>LES PRODUITS ET SERVICES CRÉATEURS DE VALEUR (environ 50 % du temps)</p> <p>Lien avec le THÈME 1 possible</p> <p>Le client au centre de l'activité des organisations de l'hôtellerie-restauration</p> <p>CLASSE DE PREMIÈRE</p>	<p>ANGLAIS</p> <p>NOTION : MYTHES ET HÉROS</p>
<p>Axe commun : exemple de situation</p> <p>Des membres de l'équipe de direction d'un Institut culinaire américain seront en visite dans votre lycée la semaine prochaine et séjourneront deux nuits à l'hôtel d'application. Vous êtes chargé de les accueillir autour d'un buffet de petit-déjeuner que vous aurez préparé. Vous décidez de proposer des produits américains typiques, mais aussi des spécialités françaises. Vous tenez compte du fait que certains membres de la délégation ont des besoins particuliers (notamment un régime végétarien et une intolérance au gluten).</p> <p>Présentez oralement le buffet en expliquant vos choix, motivés à la fois par la dimension culturelle et le profil spécifique de vos invités tout en respectant les règles d'hygiène et de service (tâche orale).</p> <p>Il vous a également été demandé d'élaborer un menu de commande de petit déjeuner en room service (tarification incluse), figurant dans leur chambre d'hôtel (tâche écrite).</p>	

Mise en œuvre commune : présentation des étapes

Étape 1

Pour éveiller les élèves aux réalités du petit-déjeuner à l'anglaise / à l'américaine / etc., les élèves visionnent des photos de mets ou de produits et doivent les associer à des mots (exemples : *tea, coffee, cereals, mushrooms, fried eggs, poached haddock, baked beans*, etc.). Ils déterminent ensuite l'élément commun à toutes les photos, à savoir des produits consommés au petit-déjeuner en prenant en compte d'éventuelles différences selon le lieu, l'époque, le milieu social. Ces différences permettent aux élèves d'établir oralement des comparaisons. Ils seront invités à produire une trace écrite récapitulative indiquant les spécificités de chaque lieu, époque, etc.

Étape 2

Les élèves, scindés en deux groupes, dégagent puis mettent en commun les éléments de sens contenus dans les deux citations suivantes :

- “*To eat well in England you should have breakfast three times a day.*” W. Somerset Maugham (1874-1965) ;
- “*‘When you wake up in the morning, Pooh,’ said Piglet at last, ‘what’s the first thing you say to yourself?’ ‘What’s for breakfast?’ said Pooh.*” A. A. Milne, Winnie the Pooh (1926).

Il pourrait être intéressant de tirer parti de la période (première moitié du XX^e siècle) dans laquelle s'inscrivent ces citations pour mettre ensuite en valeur l'opinion selon laquelle le petit-déjeuner, composante essentielle d'une journée équilibrée sur le plan nutritif, est présenté comme étant qualitativement supérieur au déjeuner et au dîner servis en Angleterre.

Étape 3

Le professeur constitue trois groupes d'élèves et confie à chacun un texte informatif différent :

- [*The Full English breakfast, a national institution*](#)
- [*The English breakfast - a centuries old British tradition*](#)
- *Full English breakfast (The fry-up)* : chercher dans un moteur de recherche "your guide to a Full English breakfast (fry-up)".

Puis, dans chaque groupe, trois types différents d'information sont repérés :

- les éléments historiques ;
- les produits selon les pays/les régions ;
- les modes de consommation.

Enfin, le professeur aide les élèves à hiérarchiser puis à synthétiser l'ensemble des informations pour la classe oralement ou sous forme de trace écrite. Une activité de type « *matching* » entre les éléments historiques et les produits peut être envisagée.

Dans le prolongement de ce travail, les élèves réalisent une recherche documentaire sur les variétés de thé ou les plats méconnus des Français tels que *hash brown*, *white pudding*, *Irish soda bread*, *Irish potato cake*, *slice of Scottish haggis*. Pour les plats, ils relèvent les principaux ingrédients, les modes de préparation, le pays ou la région associé.

Étape 4

Les élèves sont alors amenés à s'interroger sur les lieux où un petit-déjeuner anglais peut être servi aux clients : *pub*, *take away*, *bed and breakfast*, hôtel à clientèle internationale.

Les élèves visionnent alors trois vidéos de format court (quatre minutes au maximum) présentant un buffet de petit-déjeuner de type international dans trois hôtels différents à Dubai, Bali et Amsterdam (cf. ci-dessous les exemples de ressources).

L'objectif est ici de dégager la description d'éléments communs aux trois buffets.

On amène les élèves à réfléchir à l'association entre les produits consommés et le pays du lieu de consommation. Ils en déduisent qu'un petit-déjeuner anglais typique peut, à l'heure actuelle, être servi dans de nombreux pays. Si c'est d'abord le signe de la diffusion d'un style de vie anglo-américain, on peut aussi y voir une uniformisation, une standardisation de l'offre à travers le monde.

Tâche intermédiaire : effectuer la visite virtuelle d'un hôtel luxueux pour observer et décrire un buffet de petit-déjeuner de type international. La visite donnera lieu à un compte rendu oral en classe.

Étape 5

Le professeur propose aux élèves de prendre le contre-pied de cette uniformisation des produits grâce à un travail accru de segmentation de la clientèle débouchant sur des offres de service diversifiées (*a global, yet individual approach*). Le travail suivant peut être effectué en groupes :

- établir une liste des profils de clients potentiellement intéressés par la consommation d'un petit-déjeuner, puis cibler leurs attentes en la matière pour pouvoir les satisfaire très précisément. Exemples : consommer des produits bio, avoir un apport énergétique supérieur à la moyenne, prendre un petit-déjeuner rapide pour optimiser le temps de sommeil, etc. ;
- déterminer la valeur ajoutée du service.

Là encore, quatre groupes d'élèves étudient chacun un domaine différent, à savoir :

- le *Bed and Breakfast*, dont le propriétaire respecte une démarche de développement durable en proposant aux clients des produits locaux et/ou faits maison (exemples : *fruit, eggs, milk, cheese, jam*). Il lutte également contre le gaspillage alimentaire par le biais de fiches de choix de produits qu'il distribue aux clients la veille du jour où le petit-déjeuner doit être consommé. Il ne prépare donc que les produits souhaités par les clients (exemple : la personne voulant manger léger évitera la saucisse et privilégiera les fruits) ;
- le buffet, dans sa version optimale : un serveur se tient à disposition des clients pour les guider au mieux dans le choix de leurs produits (aliments et boissons), en fonction de leur profil, de l'emploi du temps de la journée, etc. ;
- le *brunch*, dans sa version optimale : un serveur prend soin de disposer les différents mets de manière cohérente et organisée (chauds, froids, exotiques, classiques, végétariens...) pour permettre aux clients de goûter de nouveaux produits et d'enrichir leurs connaissances en matière de saveurs ;
- le *room service*, qui met à disposition des clients, dans leur chambre, un menu de petit-déjeuner et une fiche de produits. Ensuite, la procédure de commande est simple : soit par téléphone, à la réception de l'hôtel, soit en remplissant la fiche de produits qui sera transmise au personnel de service.

Chaque groupe expose ensuite le fruit de sa réflexion aux autres élèves.

L'activité peut donner lieu à une phase finale durant laquelle les élèves pourront débattre de leurs préférences concernant tel ou tel autre type de service, en justifiant leurs choix professionnels.

Exemples de ressources (bibliographie et sitographie)

- [*The Full English breakfast, a national institution*](#)
- [*The English breakfast - a centuries old British tradition*](#)
- *Full English breakfast (The fry-up)* : chercher dans un moteur de recherche "your guide to a Full English breakfast (fry-up)"