

**PRESTATAIRES FRANÇAIS, USAGERS  
ETRANGERS : QUELS POINTS DE RENCONTRE  
DANS L'INTERACTION DE SERVICE ?**

**Sophie BAILLY**

CRAPEL-ATILF  
UMR 7118 / Université Nancy 2-CNRS

Résumé

Les difficultés de communication qui émergent lors d'interactions exolingues sont-elles seulement imputables à des appréciations différentes et culturellement orientées des actes et matériels discursifs appropriés à une situation de communication ?

Une analyse de discours recueillis lors d'une enquête auprès de professionnels de services français et d'usagers étrangers a permis de suggérer que la rencontre exolingue et interculturelle n'est pas seulement un lieu d'opposition entre des traits linguistiques et culturels. Des attentes sur le bon déroulement d'une interaction de service sont souvent partagées par des ressortissants de langues et cultures différentes, favorisant ainsi sa réussite. Dans ces échanges situés, la position de client, d'utilisateur peut alors primer sur la position d'étranger, de "non-natif" ou de "non-membre" de la culture cible, de même que la position d'agent, de vendeur, de prestataire, peut primer sur le statut de Français natif.

Les difficultés ou l'échec de communication semblent alors émerger plutôt de sentiments d'altérité, d'étrangeté ou de domination qui sont liés à l'identité sociolinguistique des participants - c'est-à-dire à leur position statutaire ou interactive - que de différences dans le degré de maîtrise des codes de la langue et de la culture mutuellement considérées comme dominantes dans une situation donnée. Être noire, être femme, être exilé, être pauvre, être cultivé, être légitime, etc. sont des traits qui, lorsqu'ils sont activés dans le cadre d'un rapport de places donné, peuvent faire naître le conflit, avec soi-même comme avec autrui.

## Abstract

This article examines whether communication problems in interactions with non-native speakers can be attributed solely to divergent culturally-based perceptions of speech acts appropriate to a given situation.

An analysis of spoken data gathered during a study of service encounters featuring French professionals and non-native customers suggests that the exolingual and intercultural encounter is not just a matter of conflicting characteristics of language and culture. Expectations on the smooth flow of interaction in service encounters are often shared by speakers of different languages with different cultural backgrounds, thus contributing to successful exchanges. In these interactions, the role of user or client may be more important than the role of “foreigner”, “non-native” or “non-member” of the target culture, just as the role of professional, salesperson or service provider may outweigh the status of a native speaker of French.

Difficulties or breakdown in communication thus seem to stem from perceptions of otherness, foreignness or domination linked to the participants’ sociolinguistic identity – i.e. their identity or their role in the interaction – rather than from differences in the levels of language and cultural awareness in a given situation. Being black or a woman, a refugee, poor, well-educated and so on – all such roles can be a source of conflict for a given speaker as well as between speakers.

*Remerciements à Francisca Caetano-Rousselot, Maryam Jabbari, Ann Coady, Eleni Dimitriou, Mithra Zibanejab, Désirée Castillo, Françoise Karshenas, Florence Poncet, Hervé Adami, Virginie André, Philip Riley et Nathalie Guiganti, pour leur aide précieuse dans le recueil des données.*

## **Introduction**

Cet article présente une tentative de synthèse des premiers résultats d'une recherche menée par le GREFSOC (groupe de réflexion sociolinguistique) sur les interactions de service en milieu exolingue. Le GREFSOC est un groupe de chercheurs plurilingue et pluriculturel, composé de doctorants en Sciences du Langage et d'enseignants-chercheurs du CRAPEL (Centre de Recherches et d'Applications Pédagogiques en Langues) qui s'intéressent à la problématique générale du malentendu interculturel dans une visée didactique. La focalisation sur les situations d'interaction de service prend sa source dans le constat que ce type d'interaction est une étape obligatoire et incontournable de l'intégration administrative et sociale des étudiants étrangers à la vie en France. L'objectif de la recherche est de mettre au jour les attentes récurrentes et normatives (Kerbrat-Orecchioni 2003) de participants "ordinaires" à des interactions de service (prestataires et usagers) et d'identifier d'éventuelles divergences et convergences entre des modèles idéaux d'interaction de service. Après une première partie consacrée à la présentation de la méthodologie de recherche, je présenterai les premières conclusions de la recherche. La deuxième et la troisième partie de l'article sont consacrées à la description et au classement des critères utilisés par des prestataires français et des usagers étrangers pour décrire une "bonne" interaction de service, et une "mauvaise" interaction de service. Dans la quatrième et dernière partie, je soulignerai le caractère multiforme et dynamique de l'identité sociale pour montrer que le malentendu dans l'interaction de service n'est pas réductible à la différence culturelle comprise comme la différence ethnique et linguistique.

## **1. Méthodologie**

### **1.1. Recueil de données**

Les données ont été recueillies selon une pluralité d'approches qui vise à révéler d'une part, les représentations de pratiques et les attitudes par une enquête par entretiens semi-directifs enregistrés puis transcrits, et d'autre part, les activités langagières et interactives réelles par des enregistrements vidéos à l'accueil d'un organisme de formation. Cette double approche est la plus souvent préconisée aujourd'hui pour les recherches en sciences humaines en général et en sciences du

langage en particulier. Elle permet de mettre en relation des pratiques déclarées et des pratiques observées. Les entretiens semi-dirigés ont été effectués, chaque fois que possible, dans la langue des témoins puis transcrits. Pour certaines langues, comme le farsi, le grec ou le portugais, les transcriptions ont été traduites en français afin de faciliter l'analyse. Le corpus final est constitué de transcriptions intégrales d'entretiens, de transcriptions d'extraits d'entretiens choisis sur des critères prédéfinis en lien avec les questions de départ, de résumés rédigés de l'échange réel, et de transcriptions d'enregistrements vidéos de situations d'accueil.

Des biais liés à la constitution du corpus sont possibles. Premièrement, les entretiens ont été réalisés par des intervieweurs différents et dans des langues différentes. Ceci est une source d'hétérogénéité possible dans la formulation des questions et des relances même si les intervieweurs suivaient le même guide d'entretien. Deuxièmement, les entretiens avec les étudiants étrangers ont eu lieu quand c'était possible, c'est-à-dire dans 17 cas sur 21, en langue maternelle des interviewés. La traduction en français n'était pas toujours aisée et a pu biaiser les interprétations. Troisièmement, avec quatre des témoins étrangers, les entretiens ont eu lieu en français. Ceci soulève plusieurs questions telles que : peut-on vraiment s'exprimer en langue étrangère sur ces questions aussi clairement et précisément qu'en langue maternelle ? Est-il possible pour des étrangers d'exprimer des critiques sur le pays et les compatriotes de l'intervieweur ? Se représente-t-on de la même façon en langue étrangère et en langue maternelle ? C'est pourquoi nous avons privilégié l'approche par la langue maternelle, même si celle-ci n'est pas sans poser le problème de l'interprétation des réponses et des témoignages.

## **1.2. Le corpus**

### *1.2.1. Les entretiens*

Le matériau linguistique recueilli au cours des entretiens est constitué de genres discursifs et de séquences discursives variés. Les témoins se mettent en scène et construisent leur image de soi en relation avec autrui dans des récits et des anecdotes d'expériences vécues. Ils se livrent également à des expositions de sentiments liés à des expériences vécues, des évaluations, des jugements et des comparaisons des rôles et des comportements observés.

Pour les étudiants étrangers la consigne de départ est : "Comment ça se passe quand vous allez : à la banque, au bureau d'une administration, à la police, dans les commerces, à La Poste, aux restaurants/café, agences de voyages, agences immobilières, SNCF, France Télécom, musées, autres... ?". Puisqu'il s'agit d'entretiens semi-dirigés, l'orientation du discours vers le récit de malentendus et de

difficultés communicatives était prévue en relance au cas où les témoins n'aborderaient pas spontanément ces thèmes. Pour les prestataires de service français la consigne de départ est : "Quelles sont vos attentes du client ? Qu'est-ce un bon client ? Un mauvais client ?" suivie de relances sur les comportements appréciés ou non, les problèmes et les satisfactions les plus courants et les rôles dans l'échange. Les intervieweurs avaient pour consigne de faire préciser la parole des témoins chaque fois qu'ils rencontraient une évaluation positive ou négative sous forme d'un adjectif comme 'bien' 'aimable', 'sympathique', 'gentil', 'froid', 'grossier', 'impoli', etc.

### *1.2.2. Les vidéos*

Les enregistrements vidéo ont été réalisés à l'accueil d'un organisme privé de formation et d'insertion. L'un des enregistrements vidéo est constitué d'un échange entre une professeure de français du centre et l'une de ses élèves étrangères qui a besoin d'aide pour remplir un formulaire. Les autres séquences sont constituées de scènes d'accueil, au cours desquelles une secrétaire-réceptionniste oriente des usagers selon leur demande, enregistre une inscription, demande et donne des informations.

## **1.3. L'échantillon**

L'échantillon est constitué pour les prestataires de service de six professionnels de l'accueil, de la vente et de la formation : un homme et cinq femmes français, âgés de 25 à 40 ans, cadres et employés, travaillant dans une Poste, une Bibliothèque Universitaire, une librairie et un centre de formation. Lors des entretiens, les témoins ont été interrogés individuellement, sauf les bibliothécaires qui ont participé à un entretien de groupe. Les vingt et un étrangers de l'échantillon représentent neuf nationalités différentes, quinze femmes et six hommes, âgés de 19 à 54 ans. Les classes moyennes et hautes sont les plus représentées : étudiants et doctorants universitaires, médecins, ingénieurs, enseignants. Il est à noter que le choix des nationalités n'est lié à aucun présupposé particulier. Le premier critère pour faire partie du panel était d'être un étudiant de nationalité et de langue maternelle autre que française. Le deuxième critère était de faire un premier séjour en France et d'y avoir résidé depuis moins de cinq mois, c'est-à-dire une durée assez longue pour avoir eu des expériences d'interactions de service nombreuses et variées, et assez courte pour que les souvenirs soient encore disponibles. Sans présupposé quant au choix des pays, le troisième critère a été de nature matérielle : l'accessibilité et la disponibilité des témoins et la possibilité de les interroger dans leur langue maternelle. Ainsi ont-ils été repérés dans l'entourage des membres du

groupe de recherche. Par le jeu du hasard, les usagers étrangers témoins de l'enquête viennent d'Europe, d'Amérique, d'Afrique, d'Asie. Ils sont russes, chypriotes, britanniques, irlandais, mexicains, brésiliens, algériens, iraniens et gabonais.

#### 1.4. Analyse

L'interaction de service est une situation de communication relativement contrainte et formelle qui met en présence deux inconnus pour un but précis. Cette brève rencontre représente néanmoins pour les témoins une expérience potentiellement riche en émotions positives et négatives, pouvant même déclencher des larmes (chez une Britannique et une Brésilienne). L'analyse du contenu des entretiens<sup>1</sup> se focalise sur les termes axiologiques employés par les témoins pour décrire leurs expériences d'interaction de service et caractériser ces émotions. Les mots *aimer, apprécier, bien, bon, agréable, sympathique, utile, content, plaisir* ainsi que leurs dérivés, synonymes et antonymes servent d'indicateurs des sentiments positifs et négatifs ressentis lors de chaque expérience racontée. Les sentiments positifs seraient révélateurs d'un déroulement de l'interaction conforme à des attentes préexistantes, autrement dit, des scénarios de bonne pratique, constructions cognitives préalables à l'échange (Kerbrat-Orecchioni 2003). Les sentiments négatifs seraient révélateurs d'un décalage entre les attentes préalables à l'interaction et son déroulement réel. En raison de ce décalage, l'image des interlocuteurs peut être mise à mal, leurs faces menacées et l'harmonie communicationnelle et émotionnelle n'est pas atteinte. Quelles sont donc les attentes des prestataires français et celles des usagers étrangers ? Se rencontrent-elles ou entrent-elles en conflit ?

## 2. La bonne interaction de service

Les exemples 1 à 6 illustrent les critères utilisés par les prestataires de service pour caractériser une bonne interaction de service. Une première catégorie de critères (1 à 3) concerne les comportements de clients les plus appréciés par les prestataires interrogés : don de soi, échange, politesse, respect des règles sociales, salutations, fidélité. Une seconde catégorie (4 à 6) contient des exemples de sentiments positifs qui accompagnent le bon déroulement d'une interaction de service : se sentir utile, intéressant, important, le plaisir de la découverte, de l'inconnu et de l'établissement d'un lien.

---

<sup>1</sup> L'analyse des interactions filmées n'est pas présentée ici et fera l'objet d'une autre publication

## Les comportements de client

### 1) Le don et l'échange.

Conseiller financier :

"les comportements appréciés c'est les clients qui se confient qu'on puisse voir ce qu'ils ont besoin c'est plus vraiment un diagnostic qu'on fait c'est vraiment un échange de parole(s) et là c'est très intéressant"

### 2) La politesse, le respect des règles sociales, surtout la salutation.

Bibliothécaires :

(L1) "je crois qu'on s'attend déjà ce qu'ils disent bonjour (hum hum) qu'ils répondent très urbainement bonjour aussi et ça je crois qu'en règle générale ça nous semble assez important c'est c'est une bonne prise de contact qui ne tombera pas en désuétude j'espère un bon prémisses quoi déjà

(L2) oui je pense l'entrée en matière est déjà par le bonjour

(L3) qu'il nous a abordé avec civilité et qu'il s'est rendu compte qu'on existe aussi" (...) quand je vois les gens du sport

(L2) un peu ils sont déjà tellement XX

(L3) ils sont d'une politesse oh ils sont adorables oh oui"

Conseiller financier :

"le contact c'est quelque chose d'important"

Libraire :

"la façon dont on t'aborde premièrement une des premières choses c'est de dire bonjour excusez moi ou s'il vous plait ça part déjà bien"

### 3) La fidélité.

Libraire : "le bon client est premièrement celui qui fréquente régulièrement la librairie donc qui est fidèle"

## Les sentiments positifs

### 4) Le plaisir du risque et de l'inconnu.

Conseiller financier :

"on a un rendez-vous un nom derrière la porte on sait pas qui est derrière on sait pas ses attentes on sait rien du tout et c'est le premier rendez-vous avec un client qui est le plus agréable"

5) *Le plaisir lié à la qualité de la relation* : le respect et l'évolution de la transaction vers la conversation et l'établissement d'un lien.

Bibliothécaires :

- (L4) "(ils sont) moins exigeants (que dans d'autres cadres que la bibliothèque)
- (L3) c'est un public jeune ici
- (L2) c'est ça oui ils nous respectent je crois en tant qu'aînés (L4 : ouais) et c'est ça qui les rend patients
- (L4) c'est un ensemble ils viennent chercher des livres ils en ont besoin pour leurs études ils viennent pas monnayer quelque chose il y pas le même rapport de force
- (L4) ici c'est beaucoup plus sain comme relation (d'accord) dans le travail que j'avais avant c'était un truc de diplomatie de qui était un petit peu tronqué"

Libraire :

"c'est vrai qu'il arrive assez souvent qu'on en vienne à discuter avec le client de la question de départ bon je travaille au rayon tourisme ou cuisine la question de départ a un lien direct avec le rayon et puis on extrapole ou sur le voyage que le client va faire ou sur la recette que la cliente a déjà faite et qu'elle cherche autre chose de là s'établit une conversation parfois on se crée des liens les clients reviennent et puis voilà quoi"

6) *Le sentiment d'être utile voire indispensable.*

Bibliothécaires :

- (L4) je trouve que les étudiants étrangers sont plus polis et ils ont une autre éducation ils ont une autre vision des bibliothèques d'ailleurs (...) les étudiants étrangers"
- (L3) puis bon dès l'instant qu'ils sont sortis de leur frontière aussi de leur
- (L4) ils sont paumés ils s'accrochent à nous hein
- (L3) oui c'est vrai
- (L4) comme une bouée puis on est content de rendre service à ce point là c'est pas comme de biper le bouquin vite fait bien fait



Conseiller financier :

"j'essaie de le rassurer et de lui expliquer pourquoi il y a des frais et puis de trouver des solutions avec lui pour qu'il y ait moins de frais possible à l'avenir"

Libraire :

"deuxièmement le bon client pour moi c'est la personne sympathique aimable et qui cherche également à avoir les conseils de la vendeuse"

La série d'exemples suivants (7 à 18) illustre les critères les plus souvent cités par les usagers étrangers pour décrire une bonne interaction de service. Ces critères sont classés en quatre catégories : le contact (exemples 7 à 12), la communication (exemples 13 à 14), le temps (exemples 15 à 16) et l'argent (exemples 18).

### **Le contact**

La qualité de l'accueil, les sourires, la gentillesse, les bons traitements, l'attention et la politesse caractérisent le contact agréable et réussi.

#### *7) L'accueil*

Ghislaine (Gabon) :

"le tout premier contact est très intéressant c'est très important (...) même si c'est de l'hypocrisie mais ça fait rien c'est pas votre problème on vous fait un sourire c'est important on vous dit bonjour on vous demande de vous asseoir on vous met à l'aise en tous cas"

"ici quand on arrive dans un commerce les gens sont un peu plus ++ très accueillants".

#### *8) Le sourire*

Ghislaine (Gabon) : "le sourire, c'est surtout le sourire"

Khaldea (Algérie) : "la personne était toujours souriante"

#### *9) La gentillesse*

Khaldea (Algérie) :

"dans les administrations c'est très très bien il est gentil avec moi, à l'accueil c'est très bien"

Natalia (Biélorussie) :

"ici tradition voilà dans votre magasin toujours dire 'bonjour' 'merci' 'au revoir' comme ça très gentil"

Leticia (Brésil) :

"je n'ai pas eu de problèmes + toutes les personnes étaient gentilles"  
"à la banque tout le monde a été gentil"

Ghislaine (Gabon) :

"en banque je suis tombée sur une dame super sympa il y a pas eu de problèmes (...) elle était très relax"

#### 10) Les bons traitements

Irma (Mexique) :

Au restaurant : "un trato como en México desde que llegamos la persona nos recibió nos preguntó que cuantos éramos nos dejó elegir mesa nos dio tiempo de elegir terminamos de cenar y jamás fue a decirnos cuanto era (...) se esperó que pidiéramos la cuenta"

Irma (Mexique) :

A la police, Irma a été reçue reçue par une femme "simpatica", "agradable", "amable", "trato bueno"

Ramon (Mexique) :

A l'office du tourisme : "esta vez fue muy amable me dio un planito estaba de buen humor"

Ramon (Mexique) :

A la banque : "buen trato"

Leticia (Brésil) : "à la poste ils m'ont toujours traitée très bien"

#### 11) L'attention

Claudio (Mexique) :

A la FNAC : "atencion personalizada" (un vendeur est avec le client du début à la fin de la vente et uniquement avec ce client).

Irma (Mexique) :

A la banque : "amable"; "busca la forma de ayudarme" ; "tolerante"

Christos (Chypre) :

"à la banque ou aux magasins ils aident leur clients et ils leurs donnent beaucoup d'attention"

## *12) Politesse (salutations, remerciements)*

Laura (Grande-Bretagne) :

"the woman in the café is really nice, she always says hello and when Kathryn left her umbrella there she chased us down the street to give it back"

Margaret (Irlande) :

un technicien est venu installer la parabole télé : "he was very pleasant (...) he was nice to me, thanked me for the tea, and drank it after he had done his work, he was particularly pleasant"

## **La communication**

### *13) Expliquer*

Khaldea (Algérienne) :

"à La Poste elle m'a expliqué parce que je ne comprends pas"

Djaffar (Iran) :

Il s'est rendu au service qui s'occupe des autorisations de travail pour les étrangers. Dès que la personne a compris qu'il ne savait pas bien le français elle a parlé très lentement et après chaque phrase elle lui a demandé 'est-ce que vous avez bien compris ?' Après elle écrivait la phrase pour vérifier si c'était ce qu'il voulait dire.

Leticia (Brésil) :

A la banque : "ils semblaient vraiment engagés dans leurs explications + d'expliquer quelles étaient les procédures de la banque pour qu'il n'y ait pas de malentendu"

#### 14) Discuter

Irma (Mexique) :

A la police quand la femme qui l'a reçue a su qu'Irma venait du Mexique, elle a bien discuté

Kathryn (Grande-Bretagne) :

un technicien est venu réparer le four : "he was lovely he was asking us what we do and about England"

Ghislaine (Gabon) :

"à l'hôpital par contre il y a une semaine (...) je suis en train de faire un bilan de santé je suis tombée sur un médecin qui m'a mise vraiment à l'aise (hum hum) pendant qu'elle m'auscultait elle me racontait des petites histoires elle me posait des questions et tout tu vois j'étais à l'aise pas de problème"

### Temps

#### 15) Le temps de parler et d'écouter

Ramon (Mexique) :

A l'office du tourisme : "tuvo paciencia de escuchar me orientó"

Khaldea (Algérie) :

"ici c'est bien parce qu'en Algérie il y a trop de monde + la chaîne comme ça c'est pas comme ici, ici on parle, on reste longtemps"

Nahid (Iran) :

Chez le médecin : "le cadre médical est très bien ici ils prennent le temps d'écouter nos problèmes mais parfois ils nous posent des questions bizarres"

Irma (Mexique) :

A la banque : "paciente"

Djaffar (Iran) :

A l'inspection du travail : "elle a beaucoup de patience car elle a l'habitude de travailler avec les étrangers". Malgré le fait que des personnes attendaient derrière la porte elle a passé du temps avec lui.

16) *Le temps utile, gagné, économisé*

Natalia (Biélorussie) :

"pas de problème papiers vite le temps qu'il m'a dit"

Irma (Mexique) :

A la banque : "rapido" ; "informaciones utiles"

Ghislaine (Gabon) :

"à la scolarité c'était bien quand je suis arrivée j'ai trouvé mon dossier déjà prêt"

**L'argent**

17) *L'argent économisé*

Irma (Mexique) :

A la Poste : "la persona me pregunto que mandaba y me dijo que habia otra forma mas barata"

Ramon (Mexique) :

A la Poste : "a veces te sugieren por que no mejor lo manda a traves de este otro paquete sale mas barato"

Le tableau ci-dessous résume les univers d'attentes des prestataires et des usagers sur ce qui semble favoriser la réussite d'une interaction de service.

Prestataires français	Usagers étrangers
<p>Comportements :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Don/échange (conseiller financier)</li> <li>Politesse/respect des règles sociales/salutation (bibliothécaires)</li> <li>Fidélité (libraire)</li> </ul> <p>Sentiments :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sentiment d'être utile, important ou intéressant/que l'on ait besoin d'eux (bibliothécaires ; libraire ; conseiller financier)</li> </ul>	<p>Contact :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sourire</li> <li>Gentillesse</li> <li>Bons traitements</li> <li>Attention</li> <li>Chaleur</li> <li>Politesse (salutations, remerciement)</li> </ul> <p>Communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Expliquer</li> <li>Discuter</li> </ul>

Plaisir lié à la rencontre, à l'inconnu (conseiller financier) Plaisir lié à la qualité de la relation (bibliothécaires ; libraire)	Temps : De parler et d'écouter Utile, gagné, économisé Argent gagné, économisé
--	---

Pour les prestataires, la dimension "travail" de l'interaction de service transparait. L'accent est mis sur le formalisme, le respect des normes, le sentiment d'utilité. Pour les usagers, l'accent semble mis sur l'accueil, le contact et la relation. Ces deux univers d'attentes ne sont pas forcément antinomiques ou contradictoires. Sur certains points, il y a même une certaine complémentarité dans les attentes. Par exemple, les usagers disent aimer que l'on prenne le temps de les écouter et de leur parler et les prestataires disent apprécier que l'on ait besoin d'eux et que l'échange se prolonge. De même les deux catégories de témoins apprécient d'être "bien traitées", mais peut-être avec un point de vue différent. Pour les prestataires, la politesse et le respect sont les critères minima. Les usagers semblent attendre, un "truc" en plus, un supplément d'âme : de la 'gentillesse', des 'sourires', des 'attentions', de 'la chaleur'.

Usagers et prestataires s'accordent donc sur une certaine vision humanisée et personnalisée de la relation de service où chacun veut être un sujet considéré dans sa dimension humaine totale et pas seulement comme une personne qui travaille ou comme un client. Cette vision humanisée de la relation professionnelle transparait implicitement dans les discours sur la "bonne" interaction de service. Elle est aussi parfois exprimée explicitement dans les discours des prestataires et des usagers, comme l'illustrent les exemples 18 à 21.

### 18) Humanisation du travail

Bibliothécaire L4 :

"on n'est pas un poteau qui fait que biper en permanence"

### 19) Subjectivité au travail

Bibliothécaire L4 :

"et puis il y a les atomes crochus aussi qui rentrent en ligne de compte on est tous des des êtres humains il y a des gens qui plaisent plus que d'autres"

Conseiller financier :

"il peut y avoir des mauvais contacts qui sont dus à un problème relationnel bon ça se voit par rapport au guichet (hum hum) le courant le courant passe pas entre le guichetier et la personne on sait pas trop trop pourquoi"

## 20) Prise en compte de la subjectivité du client et personnalisation de l'échange professionnel

Conseiller Financier :

"bon si c'est un client bon qui comprend ce qu'on lui dit mais bon que ça intéresse pas on va pas passer non plus une heure à lui bassiner et pour/qui, qu'il/bien qu'on sent qu'il a besoin de ce placement là on va arrêter et puis c'est tout quitte à reprendre après"

"si c'est un client étranger bon c'est peut-être un problème de compréhension donc on va essayer de reprendre l'explication par un par un autre bord expliquer un peu autrement"

"on parle au client en fonction aussi de son vocabulaire à lui en fonction de sa situation on parle différemment en fonction du client on va pas parler à quelqu'un qui est très averti sur les marchés action que quelqu'un qui est novice ou entre une personne âgée et le jeune qui débute dans la vie on va parler différemment"

Claudio (Mexique) :

"atencion personalizada"

Khaldea (Algérie) :

"elle m'a expliqué parce que je ne comprends pas"

## 21) Implication au travail

Leticia (Brésil) :

"ils semblaient vraiment engagés dans leurs explications"

Conseiller financier :

"on a quelque chose à vendre donc obligatoirement on donc être le plus aimable possible pour pour vendre c'est sûr on est pas philanthrope on est des vendeurs donc si on règle bien nos réclamations si on est le plus courtois possible avec nos clients derrière derrière ça on veut vendre c'est clair"

### 3. La mauvaise interaction de service

L'interaction de service ne se déroule pas toujours selon le scénario idéal. Toutes les attentes ne sont pas comblées voire, aucune attente n'est comblée. Dans l'analyse des situations difficiles qu'ils ont connues, prestataires et usagers en attribuent la responsabilité à *l'autre* : ce qu'il ou elle fait ou ne fait pas, l'état dans lequel il ou elle se trouve, l'image qu'il ou elle donne à voir. Les mots et expressions utilisés par les prestataires pour parler de l'utilisateur en cas de mauvais contact sont, par exemple : *mécontent, râle, cherche des noises, fait des scandales, est de mauvaise foi, agressif, n'est pas poli, ne dit pas bonjour, s'énerve, ne s'excuse pas, interrompt, se montre supérieur, n'a pas compris*. L'agressivité est signalée ou aggravée par l'absence de marques linguistiques de la politesse, comme *'bonjour'* ou *'excusez-moi'*. L'absence de regard et l'absence de parole sont pour le conseiller financier des signaux forts d'une communication difficile et d'un "mauvais contact". Les interruptions de parole sont également interprétées comme des actes agressifs ou offensants. Pour la libraire et les bibliothécaires, le respect de la règle du "chacun-son-tour" est important. Cette règle semble être même le comportement le plus régulier, le plus prédictible, la norme attendue. Ainsi l'interruption de parole est-elle vécue et interprétée comme un acte impoli, voire agressif. Les exemples 22 à 24 illustrent le point de vue des prestataires sur la "mauvaise" interaction de service.

#### 22) Critères du mauvais client

Conseiller financier :

"le client mécontent, le client râle, il veut qu'on lui rembourse des frais"

"(le client) dit qu'on lui avait pas dit que c'était ça"

Libraire :

"le mauvais client est le client ben en contrepartie de ce que je viens de dire qui n'est pas forcément aimable le client qui peut chercher des noises et qui fait parfois des scandales dans la librairie ça arrive rarement mais ça arrive euh le client qui est de mauvaise foi lors d'un échange qu'on lui refuse ou d'un tout autre problème"

"parfois il y a le client qui essaye de montrer qu'il en sait plus que la vendeuse donc dans ce cas là je sais pas pourquoi il s'adresse à la vendeuse puisque apparemment il en sait ou il veut montrer qu'il en sait plus que la vendeuse"

Bibliothécaires :

(L4) ce qui agace c'est l'agressivité qui est pas normale quand même parce qu'ils ont leurs soucis et ils s'occupent pas tellement du fait que on est là quand même pour les servir mais qu'on existe aussi il y a beaucoup



d'agressivité ici (...) un manque de bonjour ça commence comme ça (...) et puis dès dès qu'on attaque les points forts genre retard de livre ou vous n'avez pas le droit d'emprunter vous êtes suspendu etcetera il y a quand même le livre est pris

(L3) il y a une tension là

(L4) il(s) s'énerve(nt)

(L3) il y a une tension

(L4) il(s) s'énerve(nt) si on dit que le livre est pris oui enfin il devait être rendu le 21 juin et on est au mois de juillet bon ben c'est quand même pas de notre faute

(L4) "ah il y a les portables il y a une agressivité on leur demande d'arrêter les portables c'est de l'agressivité il y a jamais quelqu'un ou rarement quelqu'un nous dit oui oui excusez-moi"

### 23) *Le comportement non-verbal du client lors d'un "mauvais contact"*

Conseiller financier :

"un comportement euh le plus difficile c'est le client qui dit rien qui on ne voit pas du tout son il n'y a aucune expression aussi bien dans ses paroles que dans son attitude c'est tout juste s'il regarde pas par la fenêtre/qui, il/s'ennuie là c'est la pire la pire des situations le client qui ne parle pas"

"le regard comme je disais le client qui / ne, me/ regarde même pas il regarde ce qu'il se passe par la fenêtre il regarde ses chaussures ou alors il regarde sa montre on voit qu'on l'ennuie"

### 24) *Les interruptions de parole*

Libraire :

"le comportement qui m'énerve le plus c'est celui de la personne qui coupe une conversation qui ne s'excuse pas et qui demande ce qu'elle a à demander sans attendre son tour ça c'est quelque chose que je supporte difficilement"

"ça m'arrive d'être avec 2 ou 3 clients en même temps parce que parfois on se fait couper dans la conversation par un voire deux clients c'est déjà arrivé mais je trouve que c'est un manque de politesse de la part des clients qui s'interposent et moi j'ai du mal à être avec trois clients à la fois et de répondre à trois questions différentes à la fois"

Bibliothécaires :

(L2) en fait bien souvent quand on est déjà si on est occupé avec un lecteur qu'un deuxième attend voire un troisième ils comprennent d'eux-mêmes

qu'on ne peut pas s'occuper des trois à la fois ça se passe aussi simplement que ça hein ils attendent qu'on lève la tête pour eux pour la personne enfin pour cette personne en particulier comme nous euh comme quelqu'un qui va chez le boucher si le boucher est en train de

- (L3) c'est souvent le regard qui incite la personne à venir nous voir
- (L2) voilà c'est ça oui
- (L3) elle regarde bon automatiquement
- (L2) hum bien sûr
- (L3) c'est qu'elle est disponible
- (L2) quand on entre chez un boucher on voit tout de suite s'il est déjà en train de servir quelqu'un on va pas s'attendre non plus à ce qu'il dise excusez moi j'arrive ça se voit quoi qu'il est occupé point"

#### Remarque 1

Le regard et le contact oculaire jouent un rôle important pour les prestataires français. Ils servent à signaler la disponibilité de la personne sollicitée, selon une règle implicite (Béal 1993), la même qui s'applique "chez le boucher" comme le dit la bibliothécaire qui fait alors allusion à son identité latente de cliente endossée lorsqu'elle n'est plus au travail et qu'elle fait des courses.

#### Remarque 2

La règle du chacun son tour est considérée comme abusive par l'un des usagers originaire du Mexique. Pour lui, il est régulier et habituel au Mexique de voir un vendeur s'occuper de plusieurs clients à la fois. De plus il ne semble pas considérer cette gestion de la clientèle comme spécialement problématique pour le vendeur. En appliquant cette attente à ses relations commerciales en France, il risque de voir son comportement interprété négativement par le-la vendeur-se et une tension se créer.

Les exemples 25 à 35 illustrent les critères employés par les usagers étrangers pour décrire les expériences déplaisantes vécues dans le cadre d'interactions de service. Ces critères sont classés selon les mêmes catégories que pour les expériences positives, à savoir le contact (exemple 25 à 30), la communication (exemples 31), le temps (exemples 32 à 33) et l'argent (exemples 34 à 35).

### **Le contact**

Dans la catégorie *contact* les valeurs positives sont évoquées en creux c'est-à-dire par l'absence des comportements valorisés ou préférés cités par les usagers comme caractéristiques de la bonne interaction de service. L'absence de sourire,

d'écoute, d'attention, ne sont pas neutres. Le mauvais accueil, le mauvais traitement se caractérisent par les bonjours mécaniques, l'absence d'aide, la froideur, la distance, le formalisme, le manque de personnalisation de l'échange et l'agressivité latente ou exprimée. Les mots récurrents dans les récits d'anecdotes déplaisantes des usagers-clients pour décrire le contact sont : '*froidueur*', '*distance*', '*formalisme*', '*impolitesse*', '*grossièreté*', '*agressivité*'.

#### 25) L'absence de sourire, d'écoute

Khaldea (Algérie) :

"à la préfecture et à l'hôtel de police ils ne sont pas souriants, moins à l'écoute 'pas de papiers vous pouvez pas rester ici' "

#### 26) Le regard, le ton de la voix, le soupir

Djamel (Algérie) :

A la Préfecture : on lui a répondu "comme à un chien", on lui a fait un "regard de travers"

Ghislaine (Gabon) :

"dans les commerces parfois on te regarde avec des yeux assez bizarres quand même"

Manouchehr (Iran) :

A la préfecture : "ils ne regardent pas les personnes en face, ils te regardent de haut"

Dans les commerces : "parfois leur regard semble méprisant"

Nahid (Iran) :

"je n'apprécie pas la curiosité que certains voisins ou vendeuses manifestent à mon égard : cela se voit dans leur regard"

Christos (Chypre):

A l'hôpital où il travaille : "je ne sais pas s'il s'agit d'un malentendu ou pas mais à cause de mon accent qui n'est pas tout à fait français ils me regardent d'une façon très bizarre ça m'énerve énormément"

Laura (Grande Bretagne) :

A la banque : l'employée du guichet "not even looking at me"

Irma (Mexique) :

"ici les caissières ne regardent même pas les clients"

Ramon (Mexique):

À l'office du tourisme : "la persona no nos atendió de una manera convencional amable (...) nos trató mal (...) desde el principio estaba enojada (...) [se veía] en las facciones en la voz"

Ghislaine (Gabon) :

"quand on m'a appelée je suis partie j'ai poussé juste un soupir alors c'est le soupir (rire) qui a tout fichu en l'air et la dame a commencé à parler 'ouais je suis pas là pour XX supporter elle s'est énervée 'pas la peine de soupirer' "

## 27) Froideur

Ghislaine (Gabon) :

A la MGEL : "je crois que c'était un malentendu (...) mais en plus elle était très froide"

Irma (Mexique) :

Dans les magasins : se sent mieux traitée au Mexique, "mas calurosa"

Manouchehr (Iran) :

A la Préfecture : "ils sont très froids, ils m'ont mal traité, ils ne te respectent pas"

Leticia (Brésil) :

Dans les magasins : "dans les boutiques brésiliennes où j'avais l'habitude d'aller + ils étaient les mêmes par hasard + mais les vendeurs finissent pour connaître les clients et + ils essaient d'être chaleureux et d'engager la conversation et demander comment tu vas et ici ça n'existe pas (...) si tu demandes ou pas parfois les vendeuses essaient de te conseiller ou simplement engager la conversation pour donner l'impression d'un accueil chaleureux"

## 28) Formalisme et distance : salutations automatique, bonjour mécanique

Irma (Mexique) :

"ici c'est le bonjour mécanique (...) elles disent au revoir comme des automates, les salutations sont bien définies"

Evi (Chypre) :

"au supermarché ou aux magasins ils se comportent d'une façon très automatique par exemple ils saluent en disant bonjour ou au revoir mais ils le font soit parce qu'ils sont obligés à le faire soit parce qu'ils sont habitués à le faire ainsi ils gardent une distance avec leur client ; à Chypre ça ne se passe pas comme ça à la banque à la poste ou encore aux restaurants ils développent un autre type de relation avec leur client une relation plus humaine"

Margaret (Irlande) :

"être sympa c'est "not just doing their job, smiling, more kind of 'have a nice day' rather than this stern 'I'm just doing my job', 'you're just a client', 'I think that might be more common at home than it is in France that when you go into a shop you'll say 'hi', you might make a little joke (...) whereas here it's a little bit more formal"

Leticia (Brésil) :

"ici j'ai l'impression qu'ils préfèrent + je ne sais pas ils agissent comme si les clients préfèrent cette distance entre le vendeur et le consommateur"

Ligia (Brésil) :

"je pense que le commerce ici les vendeurs sont plus formels sont plus ah ils ont déjà une réponse pour tout + une réponse toute prête et ils n'engagent pas une conversation comme au Brésil"

## 29) Manque de personnalisation de l'échange

Margaret (Irlande) :

"in Morgan (clothes store) they're smiling at you as soon as you come in the door and standing outside the fitting rooms telling you you look lovely as soon as you come out, regardless of what you're wearing, they just want you to buy something"

Taciana (Brésil) :

"ici+ ma sœur par exemple voulait acheter une chose qui était exposée dans la vitrine et ils n'ont pas voulu le prendre de la vitrine pour vendre ces jours j'ai voulu acheter un chocolat qui était dans la vitrine + ils n'ont pas voulu retirer le chocolat de la vitrine (rires) et n'avaient que celui qui était exposé dans la vitrine + c'est bizarre parce que + au Brésil ils te traitent super bien"

### 30) Agressivité

Leticia (Brésil) :

A France Telecom : "j'ai fait un contrat avec France Telecom de + j'ai acheté un téléphone portable et un téléphone fixe et + l'internet + deux jours plus tard j'ai eu de problèmes avec le téléphone portable je suis revenue chez eux pour leur dire que le téléphone portable ne fonctionnait pas et que je souhaitais le changer + et + il m'a dit grossièrement que c'était impossible + que je devait attendre un autre arrivage + et moi comme je ne connaissais pas les règles je ne connaissais pas la loi de protection des consommateurs bon j'ai attendu + que veux-tu que je fasse + et plus tard j'ai découvert qu'après sept jours de l'achat je pouvais changer le téléphone portable et demander le remboursement ou même supprimer le contrat mais comme je n'avais pas + le téléphone n'était pas encore arrivé je suis allée cinq fois à la France Telecom et pendant cinq jours ils n'ont jamais trouvé de solution et ils m'ont toujours traitée de manière très + très agressive"

### La communication

#### 31) La parole et l'écrit, la langue, la politesse verbale

Claudio (Mexique) :

A la banque : manque d'explications quand l'employé donne des documents. On lui donne des documents à lire et après on lui propose de lui expliquer. C'est différent au Mexique : on explique puis on donne des documents pour compléter l'information.

Nahid (Iran) :

"à plusieurs reprises j'ai eu des problèmes aux caisses des supermarchés (50 centimes qui se transforment en 50 euros) et quand je montre que je comprends je reçois à peine une simple excuse"

Manouchehr (Iran) :

"certains Français pensent que si quelqu'un ne maîtrise pas leur langue il ne comprend rien ce qui n'est pas vrai du tout"

Laura (Grande Bretagne) :

dans une banque Laura faisait la queue pour encaisser un chèque, ce qu'elle aurait pu faire au guichet automatique, quand elle arrive enfin à l'employée du guichet. "all she said to me was 'you can do it in the machine you know' stamped my thing and just left it (...) she didn't say 'there you go' or 'that's it' or

'goodbye' or anything I was like 'is that it ?' and she said 'yeah that's it', typing on her computer not even looking at me"

Kelly (Grande Bretagne) :

"they're not very tolerant with (our) broken French"

Margaret (Irlande) :

"they're not willing to give you a second chance, repeat it for you"

Laura (Grande Bretagne) :

"there's a difference between politeness and friendliness (...) even if they are polite, as in they're not rude, they're still not as open and out there and willing to have a joke about whatever, they're less willing to be friendly to you in general"

Avec le plombier : "he was the absolute rudest man you've ever met in your life completely intolerant of us (...) he had a really thick accent and he'd say something really quickly and we wouldn't understand and he'd be like (sigh) he wouldn't repeat it slowly for me (...) he was really rude (...) I was on the verge of tears"

Kathryn (Grande Bretagne) :

"people in the service industry are much more polite in England apart from the greeting 'bonjour' they're not as polite"

## Le temps

### 32) La contrainte horaire

Ghislaine (Gabon) :

"ici faut jouer avec le temps par exemple vous avez besoin d'un document à la scolarité de l'établissement + et ce document faut le prendre dans une administration donnée à l'établissement vous avez un délai or quand vous arrivez dans cette administration là si on vous donne pas l'information qu'il faut si on vous donne pas le document que vous cherchez + dans votre établissement ça prend beaucoup de temps donc ça XX en quelque sorte un obstacle"

Ghislaine (Gabon) :

A la Police : "là-bas il faut être punctuel + faut pas arriver là-bas cinq minutes avant faut pas arriver là-bas cinq minutes après"

Irma (Mexique) :

elle est mécontente qu'un garçon lui ait apporté l'addition sans qu'elle la lui ait demandée. Pour elle, au Mexique le garçon n'apporte la note que lorsque on la lui demande et de plus, on peut rester cinq heures au café en consommant un seul café : "sin que yo pidiera la nota me la llevaron y yo dije este me esta corriendo"

Au Pizza Hut : "como nos llevaron la nota sin pedirla no dejamos propina + casi te estan corriendo"

Ramon (Mexique) :

A la police : "muy lento"

Leticia (Brésil):

Dans les magasins : "ah ils fermaient à neuf heures du soir si je me trompe pas et il était moins le quart et je faisais la queue et il avait une dame qui faisait la queue + devant moi à la queue et lorsqu'elle a eu son tour de faire passer ses commissions la personne + la caissière a passé les commissions complètement énervée parce qu'ils allaient fermer le supermarché bientôt et nous on était encore là et la caissière poussait nos commissions de manière très rude et + la dame qui était devant moi est française et elle a réagit en disant que c'était pas nécessaire de pousser les commissions comme ça qu'elle même pouvait le faire (...) pourquoi elle était en train de m'expulser à moins dix alors que le supermarché fermait à neuf heures cela dit c'est le genre de chose que nous ne voyons pas au Brésil"

### 33) *Le temps et l'argent*

Leticia (Brésil) :

"j'étais dans un café et le serveur a été très grossier au moment de régler le montant (...) parce que + on est habitué à consommer d'abord et payer à la fin lorsqu'on a fini n'est-ce pas ? payer ce qu'on doit payer (...) ici ça ne fonctionne pas comme ça + tu demandes ton café et en même temps le serveur ramène la facture pour que tu payes immédiatement + comme je ne savais pas le serveur avait mis la facture sur la table + il attendait et il s'est mis du mon côté et il a fait un commentaire très impoli du type « c'est pour payer maintenant je ne peux pas attendre jusqu'au mois prochain " (elle rit)



## **L'argent**

### *34) Enjeu de la relation*

Ghislaine (Gabon) :

"si l'accueil n'est pas intéressant je ne donne pas mon argent chez moi c'est ce que je faisais"

Margaret (Irlande) :

"in Morgan (...) they just want you to buy something"

### *35) Pouvoir et respect*

Kathryn (Grande-Bretagne) :

"people our age, French people, don't have as much disposable income as we have, they don't dress the way we do (...) they don't get treated with the respect that we expect as a popular youth culture"

Nahid (Iran) :

"il arrive souvent qu'il y ait des erreurs dans les supermarchés, les tickets de caisse, etc... un étranger doit être attentif et tout vérifier"

## Bilan valeurs négatives

Prestataires français	Usagers étrangers
<p>Agressivité, tension</p> <p>Supériorité</p> <p>Absence de regard</p> <p>Absence de parole</p> <p>Interruption</p>	<p>Contact :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Absence de sourire</li> <li>Absence d'écoute</li> <li>Regard, ton de la voix, soupir</li> <li>Froideur, distance, formalisme</li> <li>Manque de personnalisation de l'échange</li> </ul> <p>Agressivité</p> <p>La communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Absence de prise en compte de l'incompétence linguistique</li> <li>Manque d'explications</li> <li>Manque de politesse</li> <li>Quantité et qualité de discours</li> </ul> <p>Temps :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Contrainte, ponctualité, lenteur</li> <li>Temps et argent</li> </ul> <p>L'argent :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Enjeu de la relation</li> <li>Pouvoir et respect</li> </ul>

Les attentes des prestataires et des usagers quant à ce qui rend difficile la communication et la relation convergent sur certains critères, notamment sur les aspects non-verbaux et paraverbaux de la communication, et en particulier, sur l'importance accordée au regard. En revanche les attentes des prestataires et des usagers divergent quant à l'importance accordée aux rituels de salutation. Plusieurs des usagers étrangers soulignent l'aspect mécanique des salutations échangées dans le cadre des interactions de service, alors que le fait de dire bonjour est une pratique valorisée par les prestataires.

## 5. La dynamique de l'identité sociale

Les différentes facettes de l'individu sont convoquées ou convocables au cours des interactions de services, et prennent une importance différente à différents moments et dans différentes situations. Ainsi, l'âge, la classe sociale représentée par un capital éducatif et économique, la nationalité (le fait général d'être étranger ou bien une nationalité particulière associée à des stéréotypes) ou encore, l'identité sexuelle,

sont des traits évoqués par les témoins dans leurs descriptions et analyses de situations problématiques ou non dans le cadre d'interactions de service.

## **L'âge**

Bibliothécaires :

(L3) c'est un public jeune ici

(L2) c'est ça oui ils nous respectent je crois en tant qu'aînés (L4 : ouais) et c'est ça qui les rend patients

Kathryn (Grande-Bretagne) :

"people our age, French people, don't have as much disposable income as we have, they don't dress the way we do (...) they don't get treated with the respect that we expect as a popular youth culture"

## **Le milieu social**

Leticia (Brésil) :

"je pense que le client brésilien est généralement mieux traité au moins j'étais toujours très bien traitée + en ce qui concerne l'accueil du commerce brésilien en général + mais je ne sais pas si cela est dû au fait des brésiliens savoir bien traiter les personnes en général + ou les clients + les commerçants traitent bien les clients ou cela est dû au fait que je vienne d'une certaine couche sociale disons une certaine position sociale et ici c'est une autre chose"

Irma (Mexique) :

réaction négative au fait que les vendeuses mettent les chaussures aux pieds des clients : "en otros lugares no dejo que me atiendan tanto porque se me hace incómodo para la gente (...) te los amarran (...) dejé que me los pusiera pero me sentí un poquito xxx porque no sé si para ellos sea como servilismo no sé cómo llamarlo (...) no me gusta ser así pero aquí he tenido que ser así"

## **Le statut d'étranger**

Bibliothécaires :

(L4) "je trouve que les étudiants étrangers sont plus polis et ils ont une autre éducation ils ont une autre vision des bibliothèques d'ailleurs (...) les étudiants étrangers

(L3) puis bon dès l'instant qu'ils sont sortis de leur frontière aussi de leur

(L4) ils sont paumés ils s'accrochent à nous hein"

Evi (Chypre) :

"une fois dans la rue j'avais demandé en Français quelques renseignements pour une curiosité mais cette personne a commencé à m'expliquer en anglais donc je lui ai dit de m'expliquer en français et lui d'une manière très méprisante il m'a répondu 'mais vous êtes étrangère et peut-être vous ne comprenez pas le français' "

Christos (Chypre):

A l'hôpital où il travaille : "je ne sais pas s'il s'agit d'un malentendu ou pas mais à cause de mon accent qui n'est pas tout à fait français ils me regardent d'une façon très bizarre ça m'énerve énormément"

Manouchehr (Iran) :

Au restaurant : "même dans un restaurant très cher ils ne nous ont pas accordé beaucoup d'attention à cause de notre accent"

A la Préfecture : "ils ne font aucun effort pour aider les personnes étrangères"

## **L'identité sexuelle**

Un aspect plus inattendu de l'identité semble jouer un rôle dans les interactions de service. Il s'agit de l'identité sexuelle et du fait d'être dans une rencontre de même sexe ou de sexe opposé. Ce trait de l'identité est cité par des usagers et par des prestataires. Le trait identité sexuelle se combine parfois au trait identité nationale : une femme anglaise, une femme brésilienne. Cette combinaison véhicule des préjugés et des stéréotypes plus ou moins valorisants pour ces femmes.

Il est intéressant de noter que les jeunes femmes britanniques ont beaucoup à dire sur les hommes français et leurs rapports avec eux dans le cadre d'interactions de service : techniciens, installateurs, plombier, contrôleurs de l'Eurostar, à qui elles reprochent leur manque de professionnalisme, leur 'over-friendliness', et leurs allusions sexistes. Parfois elles leur reprochent d'avoir des comportements qu'elles semblent attendre dans d'autres interactions de service, comme le fait d'être un peu plus que poli (être 'friendly'), d'échanger plus qu'un simple bonjour qui semblent être des comportements qu'elles interprètent comme moins acceptables de la part des hommes que de la part des femmes dans certaines interactions de service.

Laura (Grande Bretagne) :

"men do leech on women a lot more even in the service encounters"

Margaret (Irlande) :

"maybe they think that they (french men) can treat you (british girls) differently because you're a foreign"

A un café qu'elle fréquente, elle n'apprécie pas un comportement du barman :  
"everytime we leave he's like 'goodbye, have a nice evening' when he's sitting by the door"

Kathryn (Grande-Bretagne) :

Un contrôleur de train trouve ses amies avec le mauvais billet : "the guy was very nice to them, sat them down and said, 'don't worry, I'm not going to fine you' explained to them this is what you need to do next time but I wonder if that's because they're pretty girls".

avec le plombier : "he phoned up someone to try and translate what he was saying and we understood what he was saying when he spoke normal on the phone in French he said 'I've got three beautiful English blondes here (...) and they speak no french, you know just being really cocky"

Kathryn (Grande Bretagne) :

Avec les douaniers français de l'eurostar : "every time I hand over my passport they always try and chat me up, the French ones (...) they wouldn't get away with doing that (in the UK) you're a security guard for the nation, you do not ... they're like 'oh 'ello ! you have a nice day!'" (...) that's really unprofessional!

Dans cet extrait Kathryn imite l'accent français et reproche au contrôleur Eurostar d'être amical et blagueur, ce que Laura reproche elle aux Français de ne pas être suffisamment dans les interactions de service.

Ligia (Brésil) :

"une chose qui m'a beaucoup déçue s'est passé lorsque je suis allée chez le médecin pour faire des examens tu sais ? (...) pour avoir le visa la carte de séjour le médecin m'a posé des questions d'accord puis je lui ai dit que je suis brésilienne n'est-ce pas puis il m'a dit "déshabiliez-vous enlevez le pantalon aussi" je me suis dit: : "qu'est-ce que c'est ça (...) j'ai eu de la chance car j'avais un collant en dessous sinon...(rires) (...) c'était horrible (...) je ne savais pas quoi faire (...) il était très malin (...) j'étais toute seule et je pense que cela est lié au fait que je suis brésilienne (...) ah ils pensent que toute brésilienne est + très fouguese (...) les amis de mon mari disent "ah la brésilienne doit être + (en faisant des gestes)" "

Taciana (Brésil) :

"en rapport avec la femme brésilienne + il y a le problème + il y a la question de la sensualité mais derrière cette question il y a une chose d'être sensuel dans le bon sens, n'est-ce pas je pense que mon évaluation a un rapport avec ça"

Evi (Chypre) :

"quand je suis arrivée à Nancy je ne connaissais personne donc j'ai décidé d'inviter chez moi mon voisin qui a à peu près le même âge que moi lui il a accepté mais quelques jours après il m'a demandé si je le drague à Chypre ça se passe différemment en général nous sommes des personnes accueillantes donc une telle invitation ne nous provoquerait pas ce type de problème ou de doute"

L'identité sexuelle semble être un critère qui joue un rôle dans le cadre interprétatif des témoins. Ceux-ci usent de généralisations et de stéréotypes sexés pour expliquer les comportements individuels qu'ils soient considérés comme acceptables ou non.

Conseiller financier :

"il peut y avoir des mauvais contacts qui sont dus à un problème relationnel bon ça se voit par rapport au guichet (hum hum) le courant le courant passe pas entre le guichetier et la personne on sait pas trop trop pourquoi (ouais) ça peut être physique ça peut être XX c'est une femme un homme ou alors une femme un peu rivale ou les personnes se connaissent antérieur en dehors du milieu Poste donc ce ça fait un mauvais contact".

Bibliothécaire :

(L4) "ça dépend de la personne (oui) si c'est une jeune fille ça se fera forcément la parole et puis dans les salles quand on leur demande de faire silence c'est souvent les filles qui répondent les garçons pouf ils se retournent mais les filles sont plus agressives que les garçons"

Libraire :

"c'est vrai qu'il arrive assez souvent qu'on en vienne à discuter avec le client de la question de départ bon je travaille au rayon tourisme ou cuisine la question de départ a un lien direct avec le rayon et puis on extrapole ou sur le voyage que le client va faire ou sur la recette que la cliente a déjà faite et qu'elle cherche autre chose".

## **Conclusion**

L'objectif de cette enquête exploratoire était double. En premier lieu, il s'agissait d'essayer d'approcher et de définir les éléments sociolangagiers qui soit favorisent la réussite des échanges dans les situations d'interaction de service, soit au contraire en provoquant l'échec. En second lieu, il s'agissait de tenter de voir si ces éléments sont imputables à des traits culturels "nationaux", ce que l'on pourrait appeler la "francité" ou la "mexicanité" ou la "britannicité". À cet égard les résultats sont plutôt décevants, hormis pour certains traits qui pour certaines personnes – mais pas pour toutes - apparaissent comme typiquement français : le fait que les vendeuses de chaussures passent les chaussures aux pieds des clients<sup>2</sup>, que les vendeurs ne s'occupent que d'un seul client à la fois ou encore le bonjour systématique dans les lieux de vente et de service. Ce 'bonjour français', si important pour les prestataires qui en parlent et qui le jugent indispensable à l'établissement d'une bonne relation "humaine", semble si ritualisé dans les interactions de service qu'il en paraît mécanique et automatique, autant dire, déshumanisé aux yeux de certains usagers étrangers.

Dans la réflexion sur l'interculturalité, le paradoxe du bonjour français, à la fois humain et machinal, rappelle que ce qui est poli ici peut toujours être impoli ailleurs (Kerbrat-Orecchioni 2002). Il n'y a pas en soi de bonne ou de mauvaise pratique de communication, mais seulement des pratiques dont la valeur est toujours liée à la situation, c'est-à-dire au lieu et au moment, et aux catégories interprétatives des participants en présence. Les catégories interprétatives, ou autrement dit les modèles culturels d'interprétation, ne sont pas uniquement liées à la culture nationale (ethnique et linguistique). D'autres aspects de l'identité comptent également. On constate par exemple que l'appréciation positive d'un temps d'échange personnalisé qui "déborde" des rôles stricts de prestataire-client (échanges interstitiels) se rencontre chez les femmes brésiliennes, britanniques et chez la femme mexicaine et la femme gabonaise. Il est donc permis de se demander si cette attente particulière est liée à l'identité nationale ou à l'identité sexuelle. De plus, le rôle de l'identité dépend du contexte : à la Poste, à la banque, à la préfecture de police ou dans les magasins, des facettes différentes de l'identité (usager, client, étranger) sont convoquées qui posent plus ou moins de problèmes dans l'interprétation et le déroulement de l'interaction.

Dans la dynamique de la rencontre de service toutes les facettes de l'identité peuvent donc prendre une pertinence à un moment ou à un autre du processus interactif et interprétatif. On n'est pas seulement un usager étranger, on est homme, médecin, iranien et père de famille ou jeune femme britannique cliente aisée. On est

---

<sup>2</sup> Non cité dans les exemples présentés ici

peut-être bibliothécaire mais on est aussi une personne qui mérite le respect et pas seulement un être qui travaille comme une machine. Par ailleurs, la réussite d'une interaction de service, mesurée à l'aune de la satisfaction ressentie par les acteurs, est aussi le résultat d'une combinaison complexe d'éléments interactifs de diverses natures. De chaque côté du guichet, du comptoir ou du bureau, et par delà les frontières géographiques on semble connaître les ingrédients d'un échange "réussi" : un accueil de qualité, un contact harmonieux, une attention portée à l'autre, un respect de l'identité et des rôles de chacun. Les prestataires attendent des usagers qu'ils les respectent et ne les traitent pas comme des automates. Les usagers attendent également d'être traités de manière humaine et que leur interlocuteur s'adapte à leur manque de compétence linguistique ou leur méconnaissance du système culturel. La comparaison des attentes respectives des prestataires et des usagers fait donc apparaître des zones de convergence et de divergence. Ainsi, tant les prestataires que les usagers s'accordent à dire que le regard joue un rôle important dans l'appréciation positive ou négative de la relation. En revanche, les gains d'argent et de temps comme critères d'évaluation de la qualité de l'interaction sont surtout évoqués par des usagers, tandis qu'il apparaît que les prestataires français tiennent plus que les usagers au respect des rituels de politesse.

Mais même si les divergences de scénarios peuvent parfois mener au malentendu, voire au conflit, ainsi qu'en attestent certains des témoignages recueillis, ceci ne doit pas faire oublier que le sentiment de satisfaction d'une interaction de service est surtout lié à la réalisation de l'objectif c'est-à-dire à l'obtention du service, du document, ou de l'objet attendus. La réussite d'une interaction de service n'est pas uniquement jugée à l'harmonie relationnelle qui s'en dégage et qui n'est finalement que la cerise sur le gâteau de la communication.



## BIBLIOGRAPHIE

BEAL, Christine, 1993. Les stratégies conversationnelles en français et en anglais. *Langue Française* 98, p. 79-106.

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine, 2002. Politesse en deçà des Pyrénées, impolitesse au-delà : retour sur la question de l'universalité de la (théorie de la) politesse. Archive "Marges linguistiques" (2001-2006). Supplément de *Texto!* [en ligne], janvier 2007. Disponible sur : <http://www.revue-texto.net/marges/>, page consultée le 23 juin 2005.

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine, 2003. Les genres de l'oral : types d'interactions et types d'activités, *Contribution à la journée organisée par Catherine Kerbrat-Orecchioni et Véronique Traverso le 18 avril 2003*, Université Lumière Lyon, Campus Porte des Alpes. Disponible sur : [http://gic.univ-lyon2.fr/Equipe1/actes/journees\\_genre.htm](http://gic.univ-lyon2.fr/Equipe1/actes/journees_genre.htm), page consultée le 23 juin 2005.