



Jana Kozmová, Pierre Brouland

Obchodní francouzština



Français commercial

Vše, co potřebujete
pro rozvoj písemného
i ústního projevu



MP3 s ukázkami
obchodních dialogů

edika.

přepřacované
vydání

Jana Kozmová, Pierre Brouland

Obchodní francouzština

Français commercial

**Edika
Brno
2013**

Obchodní francouzština

Français commercial

JANA KOZMOVÁ, PIERRE BROULAND

Ilustrace: Richard Šmarda

Obálka: Martin Sodomka

Odpořevdná redaktorka: Eva Mrázková

Technický redaktor: Jiří Matoušek

Nahráno ve Studiu 22

Mluvcí: Sophie Lefevre, Frederic Riou, Franck Ferlay

Editace zvuku: Ondřej Jirásek

Objednávky knih:

www.albatrosmedia.cz

eshop@albatrosmedia.cz

bezplatná linka 800 555 513

ISBN 978-80-266-0364-1

Vydalo nakladatelství Edika v Brně roku 2013 ve společnosti Albatros Media a. s. se sídlem Na Pankráci 30, Praha 4. Číslo publikace 17 979.

© Albatros Media a. s. Všechna práva vyhrazena. Žádná část této publikace nesmí být kopírována a rozmnožována za účelem rozšiřování v jakékoli formě či jakýmkoli způsobem bez písemného souhlasu vydavatele.

2. vydání


ALBATROS MEDIA a.s.

SOMMAIRE – OBSAH

Introduction	5
Předmluva	
Chapitre 1: Les négociations commerciales	7
Obchodování	
Chapitre 2: La lettre commerciale	23
Obchodní dopis	
Chapitre 3: L'emploi	43
Zaměstnání	
Chapitre 4: La demande	69
Žádost	
Chapitre 5: L'offre et la circulaire commerciale	81
Nabídka a obchodní oběžník	
Chapitre 6: La commande	95
Objednávka	
Chapitre 7: Les manifestations commerciales – la correspondance avec le représentant	109
Veletrhy a výstavy – korespondence s obchodním zástupcem	
Chapitre 8: La livraison et les transports	125
Dodávka a doprava	
Chapitre 9: Les relations avec les banques	143
Bankovníctví	

Chapitre 10: Les règlements	161
Úhrady	
Chapitre 11: Les assurances	179
Pojištění	
Chapitre 12: Les réclamations	193
Reklamace	
Chapitre 13: La communication interne de l'entreprise	207
Interní sdělení	
Chapitre 14: Les contrats commerciaux	223
Obchodní smlouvy	
■ ANNEXES	233
PŘÍLOHY	
Annexe 1: Les abréviations, sigles et acronymes	235
Zkratky	
Annexe 2: Lexique français-tchèque	241
Slovník francouzsko-český	
Annexes 3: Česko-francouzský slovník	249
Lexique tchèque-français	
Annexes 4: Tableaux grammaticaux	257
Stručný gramatický přehled	
Annexes 5: Corrigé des exercices	263
Klíč ke cvičením	
Annexes 6: Bibliographie	289
Odborná literatura	

INTRODUCTION – PŘEDMLUVA

Právě jste si zakoupili druhé, aktualizované a rozšířené vydání učebnice **Obchodní francouzština-Français commercial**. Jejím cílem je uvedení do francouzského obchodního jazyka a obchodních jednání, která probíhají ústní nebo písemnou formou. Učebnice je zaměřena na problematiku obchodování s frankofonními partnery a odráží současnou realitu v této oblasti. Uživatel získá informace o způsobech a formách obchodních jednání, např. při uzavírání smluv, prodeji zboží, platbách, přepravě, reklamacích a pojištění.

Naše učebnice je rozdělena do 14 kapitol. Každá kapitola obsahuje teoretický úvod do problematiky, který je názorně ilustrován vzory písemné komunikace, dále přehled vybraných odborných termínů a nejběžnější frazeologii. Zásadním způsobem byla přepracována úvodní kapitola týkající se obchodování, kromě úprav všech kapitol jsou významné změny a doplňky v kapitolách 8 a 9, které spočívají v rozšíření obsahu a zařazení nových cvičení. Zcela novou kapitolou je kapitola 7 věnovaná výstavám, veletrhům a jednáním s obchodními zástupci.

K praktickému ověření získaných znalostí i v tomto vydání slouží četná cvičení včetně překladů a zadání obchodních dopisů k samostatnému zpracování. Ke každé kapitole patří též dialog, jenž má inspirovat studujícího k vlastní produkci rozhovoru na dané téma. Tyto dialogy jsou namalovány rodilými mluvčími na CD, jež jsou součástí knihy. Na závěr učebnice jsme zařadili přílohy, které obsahují klíč ke cvičením, nejpoužívanější zkratky, francouzsko-český a česko-francouzský slovník a stručný gramatický přehled.

Věříme, že nové vydání učebnice se bude ještě více líbit jak studujícím ekonomických oborů vysokých i středních škol, tak i těm, jež si prohlubují své znalosti samostudiem. I v tomto vydání jsme zachovali veselé obrázky, jejichž (ne)vtipnost posoudí každý uživatel sám. Přejeme všem uživatelům hodně úspěchů nejen při studiu, ale i v praktickém využití získaných poznatků.

Na závěr bychom rádi poděkovali všem, kdo přispěli k realizaci tohoto dílka. V první řadě velice děkujeme paní Sophii Lefevre, panu Frédéricu Riou a panu Francku Ferlay za namalování dialogů, dále paní Andree Buršové a panu Milanu Nohovi za technickou spolupráci. Za ilustrace děkujeme panu Zdeňku Šmardovi a za poskytnutí odborné dokumentace paní C. Pautet z banky CIC.

Autoři též děkují paní Kateřině Dvořákové, která recenzovala 1. vydání za cenné připomínky, jichž bylo využito v této publikaci.

PhDr. Jana Kozmová, CSc.

Pierre Brouland

L'ENVIRONNEMENT DES AFFAIRES EN FRANCE :

1) LES ENTREPRISES :

En France, l'INSEE [Institut national de la statistique et des études économiques] distingue les entreprises selon leurs effectifs, leur chiffre d'affaires, leur secteur d'activité ou leur forme juridique.

- **Les effectifs** : Selon qu'une entreprise a moins de 10 salariés, de 10 à 50, de 50 à 500, plus de 500, elle sera dite **artisanale**, **petite**, **moyenne** ou **grande**. Pour désigner les entreprises de moins de 10 salariés, on commence à utiliser le sigle **T.P.E.** [Très petites entreprises]. On a pris l'habitude de regrouper les entreprises ayant entre 10 et 500 salariés sous les sigles de **P.M.E.** [Petites et moyennes entreprises] ou de **P.M.I.** [Petites et moyennes industries]. Pour les entreprises de plus de 500 salariés, la notion d'entreprise tend à s'effacer pour laisser la place à celle de **groupe**. Sous ce terme, on désigne un ensemble d'entreprises constitué d'une **société mère** et de **filiales**.
- **Le chiffre d'affaires**, c'est-à-dire le montant des ventes annuelles.
- **Le secteur d'activité** : Le **secteur primaire** regroupe les activités liées à l'agriculture, à la pêche, à l'exploitation des forêts, des mines et des carrières. Le **secteur secondaire** représente les activités industrielles. Le **secteur tertiaire** correspond au service. On y adjoint maintenant un **secteur quaternaire** regroupant les secteurs de la communication, de l'information, de l'informatique et de l'enseignement supérieur. L'INSEE a affiné cette répartition en classant aussi les entreprises par **branches** (32 au total) et par **filiales** (une filière regroupe toutes les activités ayant traits à la production d'un bien ou d'un service. Par exemple, la filière textile concerne aussi bien l'élevage des moutons et la culture du lin que la confection ou la fabrication de colorants et de fibres synthétiques).
- **La forme juridique** : Elle se fait en fonction du mode de participation dans le capital. On distingue :
 - A **Les entreprises artisanales ou individuelles** : Même s'il y a quelques employés, l'entrepreneur est aussi travailleur, souvent avec les membres de sa famille. Ces entreprises relèvent des **Chambres des Métiers** et sont inscrites au **registre des métiers**. Près de 1,5 million d'entreprises artisanales sont enregistrées en France. Elles assurent souvent des missions de **sous-traitance** dans l'industrie et continuent à jouer un rôle clé dans la distribution et les services. L'entreprise artisanale est dépourvue de la personnalité juridique et se confond avec la personne de son propriétaire.

- B Les entreprises en sociétés:** On peut différencier en leur sein les **sociétés de personnes** et celles de **capitaux**. Parmi ces dernières, on distinguera les **entreprises privées**, les **entreprises publiques** ou **nationales** dans lesquelles l'Etat détient la totalité du capital (et qui portent parfois le nom de **régie**) et les **sociétés d'économie mixte** dans lesquelles l'Etat ou une collectivité locale possède une participation majoritaire. Les sociétés relèvent des **Chambres de Commerce et d'Industrie** et sont inscrites au **registre du commerce et des sociétés [RCS]**. Parmi les types de sociétés les plus fréquents, on peut citer les **Sociétés en nom collectifs [SNC]**; les **Sociétés à responsabilité limitée [SARL]** et les **Entreprises unipersonnelles à responsabilité limitée [EURL]**; les **Sociétés anonymes [SA]** et les **Sociétés par actions simplifiées [SAS]**.

2) LES POINTS FORTS ET LES POINTS FAIBLES DE L'ENVIRONNEMENT DES AFFAIRES EN FRANCE

Par certains côtés l'environnement des affaires est très favorable en France:

- La France est située au cœur de l'Union européenne, premier marché mondial.
- Elle est, elle-même, la cinquième ou sixième puissance économique mondiale.
- Elle est le troisième investisseur dans le monde.
- Elle possède d'excellentes infrastructures.
- La main d'œuvre y est hautement qualifiée et passe pour l'une des plus productives.
- La place boursière de Paris est la deuxième d'Europe.
- L'économie française est largement axée sur l'innovation, la recherche et le développement.

A côté de ces atouts, la France souffre aussi d'un certain nombre de handicaps:

- La fiscalité qui pèse sur les entreprises est la plus lourde d'Europe.
- Le marché du travail manque de flexibilité.
- Les démarches administratives pour créer une entreprise sont compliquées (10 démarches en France contre 5 aux Etats-Unis).
- La durée légale du travail (35h) est l'une des plus faibles au monde.
- En cas de faillite d'une entreprise, les créanciers sont mal protégés.

3) LES TYPES DE NEGOCIATIONS COMMERCIALES

La négociation ne commence que quand votre client est intéressé par votre proposition ou par l'objet de la transaction. La négociation a alors pour but de trouver un terrain d'entente sur les conditions de la transaction. Plus le montant de la vente est élevé plus négociation va devenir importante et plus elle va s'étaler dans le temps.

Il existe ainsi deux sortes de négociation commerciale:

- **La négociation en cycle de vente court.** Ici la vente s'effectue en un ou deux entretiens. A la fin de l'entretien de vente, le commercial et le client négocient pour trouver un terrain d'entente sur les termes du contrat.

- **La négociation en cycle de vente long.** Elle concerne les montages d'affaires, les grands projets ou la mise en place de partenariats. Elle va se dérouler sur plusieurs entretiens, divers interlocuteurs vont y prendre part, elle va mobiliser des équipes de part et d'autre, elle va impliquer les dirigeants des deux sociétés, etc.

Le vendeur doit d'abord fixer le **prix plancher**. Il doit connaître ce sur quoi il peut céder et en échange de quoi. Il doit aussi déterminer à l'avance tous les paramètres sur lesquels il peut jouer, et dans quelle mesure (prix, délais de paiement et de livraison, qualité des produits, quantité, financement, service après-vente, etc.). Le vendeur doit également maîtriser toutes les solutions de la plus simple: la vente du produit nu à la plus complexe (produit, livraison, service après-vente, reprise/échange des produits, support technique, formation des collaborateurs, etc.). Il faut qu'il soit prêt à répondre à n'importe quelle demande spécifique du client. Tout au long de la négociation, le vendeur doit rester à l'écoute du client.

L'objectif de l'acheteur professionnel est d'obtenir le meilleur produit au meilleur prix, ou de décrocher le meilleur contrat possible pour son entreprise. Il est là pour contribuer au développement du chiffre d'affaires de l'entreprise tout en préservant les marges.

Certains acheteurs utilisent des techniques pour faire baisser les prix et obtenir les meilleures conditions de vente possibles. En voici quelques-unes:

Banaliser l'offre: Votre offre est la même que telle autre offre que l'on vient de lui faire à un prix nettement plus intéressant. Votre produit est le même que celui de la concurrence. Une réponse possible serait de dire qu'effectivement votre produit a telle ou telle caractéristique similaire à un produit concurrent mais possède tel avantage important aux yeux de votre client car il vous l'a dit antérieurement au cours de l'entretien.

Déstabiliser le vendeur: Les méthodes pour déstabiliser peuvent être très variées: Faire attendre le vendeur, ne pas le faire s'asseoir, prendre un appel sur son portable pendant le rendez-vous, s'absenter sans explications, prendre un rafraîchissement et ne pas en proposer un à son interlocuteur, se montrer agressif envers son interlocuteur, le soumettre à une série pressante de questions, remettre en cause tout ce qu'il dit, etc.

LEXIQUE

agence f de publicité – reklamní agentura

brochure f – brožura

campagne f publicitaire – reklamní kampaň

carte f de visite – navštivenka, vizitka

chambre f de commerce et d'industrie – obchodní a průmyslová komora

concessionnaire m – koncesionář, autorizovaný prodejce

consignation f – konsignace, depozitum (soudní)

contrepartie f – protiobchod/protihodnota/protistrana

exiger des contreparties – žádat protihodnotu

dépliant m – skládací prospekt

dépositaire m – depozitář, uschovatel

détaillant m – maloobchodník

distribution f intensive/sélective/exclusive – intenzivní/selektivní/exkluzivní distribuce

exposant m – vystavovatel

exposer – vystavit, vystavovat

exposition f – výstava

filiale f – filiálka

foire f – veletrh

grossiste m – velkoobchodník

habiliter / être habilité à – oprávnit, zmocnit/být oprávněn k

négociation f – vyjednávání, obchodování

nouer des relations – navázat vztahy

organigramme m – organizační schéma

prendre des contacts – navázat kontakt

prix m prévisionnel – předpokládaná cena



procuration *f* – zmocnění, plná moc
prospect *m* – potenciální zákazník
prospector un marché – učinit průzkum trhu
prospection *f* – průzkum (trhu)
prospectus *m* – prospekt, reklamní leták
publicité *f* – reklama
publicitaire *m* – pracovník v reklamě
relations *f pl* **publiques** – vztahy s veřejností
représentant *m* (**commercial**) – obchodní zástupce

représentant *m* **exclusif** – obchodní zástupce s výhradním zastoupením
représentant *m* **multicartes** – obchodní zástupce pro více výrobců
salon *m* – salon, výstava
service *m* **après-vente** – poprodejní/záruční servis
société *f* **mère** – mateřská společnost
stand *m* – stánek
louer un stand – (pro)najmout si stánek
tenir un stand – vést, provozovat stánek
stratégie *f* **commerciale** – obchodní strategie
succursale *f* – pobočka

PHRASEOLOGIE

Accueil, présentations, salutations

Bonjour Madame, bonjour Monsieur, soyez les bienvenus à la Société LAVIGNY.

Je suis heureux/content de pouvoir vous accueillir dans notre entreprise.

Permettez-moi de me présenter: Charles Monory, directeur commercial de la société.

Enchanté de faire votre connaissance, Monsieur le directeur / Madame la directrice.

Je voudrais aussi me présenter, mon nom est Josef Nový, et je suis représentant de la Société RAVAX de Prague.

Madame Lanvin, puis-je vous présenter mon collègue, Lionnel Debré? Il est spécialiste en informatique.

Monsieur Lecannuet, vous connaissez déjà notre partenaire commercial de Montréal?

Notre rencontre a été très sympathique. Je suis très heureux de vous avoir rencontré.

Merci de votre accueil et à bientôt à Prague.

Je vous souhaite un bon retour à Marseille.

Au revoir à Prague et encore merci.

Přijetí, představování, rozloučení

Dobrý den, paní, dobrý den, pane, buďte vítáni/vítáme vás ve společnosti LAVIGNY.

Jsem rád, že vás mohu přivítat v našem podniku.

Dovolte, abych se představil: jsem Charles Monory, obchodní ředitel naší firmy.

Těší mne, že vás poznávám, pane řediteli/paní ředitelko.

Rád bych se také představil, jmenuji se Josef Nový a jsem zástupce společnosti RAVAX Praha.

Paní Lanvin, mohu vám představit svého kolegu Lionnela Debré? Je to odborník v oboru výpočetní techniky.

Pane Lecannuete, znáte již našeho obchodního partnera z Montrealu?

Naše setkání bylo velmi příjemné. Jsem velmi rád, že jsem se s vámi setkal.

Děkuji vám za přijetí a brzy na shledanou v Praze.

Přeji vám šťastný návrat do Marseille.

Ještě jednou děkuji a na shledanou v Praze.

Les négociations commerciales

Mesdames et Messieurs, comme tout le monde est présent, nous pouvons commencer la réunion.

Alors, mettons-nous au travail.

Je voudrais vous présenter l'ordre du jour.

Je suis prêt à renégocier la question des prix.

Voici l'organigramme de notre entreprise. Elle compte trois divisions/départements/ ateliers.

Je ne peux pas accepter vos propositions, car je les trouve désavantageuses pour notre société.

Vous devriez comprendre que vos tarifs sont inacceptables pour nous.

Je dois souligner qu'il est dans notre intérêt commun de trouver la solution à cette affaire.

Si nous revenons au sujet principal de notre réunion, nous pouvons constater que certains progrès ont été réalisés dans la question des prix.

Je vous propose d'examiner plus en détail les points suivants :

Ce sujet n'est pas inscrit à l'ordre du jour des négociations, mais j'aimerais le mentionner quand même.

Permettez-moi, S.V.P., de terminer mes propositions.

Vous avez peut-être raison, mais je suis d'un autre avis dans l'affaire en question.

Nous devons renégocier les termes du contrat.

Je comprends bien de quoi il s'agit et je vous assure que je ne suis pas contre.

Dans une certaine mesure, je peux être d'accord avec vous, mais je crains que notre directeur général n'y soit opposé.

Je partage votre opinion parce que votre argumentation me semble logique.

Désolé, mais je ne peux pas accepter vos explications.

Pouvez-vous nous présenter une preuve du non respect de notre dernier accord ?

Il est très difficile de croire que vos pertes atteignent la somme que vous indiquez.

Obchodní jednání

Dámy a pánové, poněvadž jsou všichni zde, můžeme zahájit jednání.

Dejme se tedy do práce.

Rád bych vás seznámil s pořadem jednání.

Jsem ochoten znovu projednat otázku cen.

Zde je organizační schéma našeho podniku. Má tři oddělení/dílny.

Nemohu přijmout vaše návrhy, poněvadž je pokládám za nevýhodné pro naši firmu.

Měl(i) byste pochopit, že vaše tarify jsou pro nás nepřijatelné.

Musím zdůraznit, že je v našem společném zájmu najít řešení v této záležitosti.

Vrátíme-li se k hlavnímu tématu naší schůzky, můžeme konstatovat dosažení jistého pokroku v otázce cen.

Navrhuji vám, abyste si podrobněji prohlédli tyto body :

Toto téma není na programu jednání, přesto bych se rád o něm zmínil.

Dovolte mi, prosím, dokončit mé návrhy.

Možná máte pravdu, ale já mám na projednávanou záležitost jiný názor.

Musíme znovu projednat znění/text smlouvy.

Dobře chápu, oč jde, a ujišťuji vás, že nejsem proti.

Do určité míry s vámi mohu souhlasit, ale obávám se, že náš generální ředitel bude proti.

Sdílím váš názor, poněvadž vaše zdůvodnění mi připadá logické.

Je mi líto, ale nemohu akceptovat vaše vysvětlení.

Můžete mi předložit důkaz o nedodržení naší poslední dohody ?

Je těžké uvěřit, že vaše ztráty dosahují vámi uvedené částky.

Les négociations commerciales

Je trouve cette solution acceptable pour les deux parties contractantes.

Excusez-moi, mais je pense que vous vous trompez/ faites erreur.

Dans ces circonstances, il ne me reste qu'à accepter cette solution.

Je regrette, mais je ne comprends pas le sens de votre remarque.

Vos raisons ne sont pas convaincantes pour mes collègues et moi.

Je suis obligé de refuser vos plaintes concernant notre dernière livraison des pièces de rechange.

Excusez-moi, je ne suis pas sûr d'avoir saisi tous les détails. Pourriez-vous me répéter votre proposition ?

Malheureusement, je ne dispose pas de ces renseignements détaillés. Mais je peux rappeler notre service d'exportation pour vous les envoyer par courriel.

Et maintenant, permettez-moi de faire une récapitulation des sujets traités.

La secrétaire de notre directeur a été chargée de la rédaction du procès-verbal de notre réunion.

Je voudrais vous remercier de votre présence au nom de tous mes collaborateurs.

Nous aurons certainement le plaisir de nous revoir à la Foire de Brno où nous sommes les exposants permanents.

Obchodní jednání

Pokládám toto řešení za přijatelné pro obě smluvní strany.

Promiňte, ale myslím, že se mýlíte/ že se dopouštíte omylu.

Za těchto okolností musím přijmout toto řešení.

Je mi líto, ale nechápu smysl vaší poznámky.

Vaše důvody nejsou pro mne a mé kolegy přesvědčivé.

Jsem nucen odmítnout vaši stížnost na naši poslední dodávku náhradních dílů.

Promiňte, nejsem si jistý, že jsem všemu detailně porozuměl. Mohl byste mi svůj návrh zopakovat ?

Nemám bohužel k dispozici tyto podrobné informace. Ale mohu zavolat do našeho vývozního oddělení, aby vám je zaslali e-mailem.

A nyní mi dovoluete shrnout projednávaná témata.

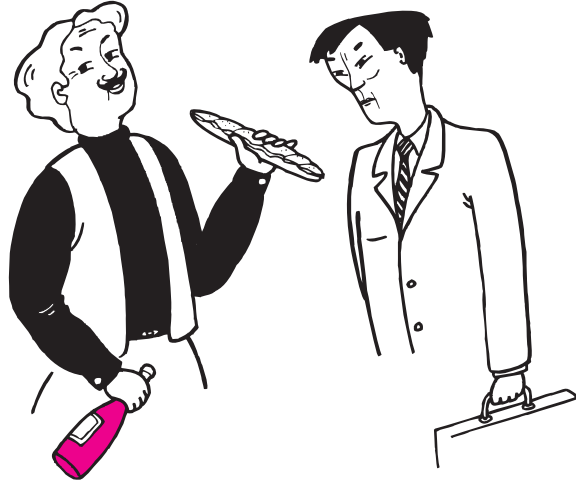
Sekretářka našeho ředitele byla pověřena sepsáním zápisu z naší schůze.

Rád bych vám poděkoval za účast jménem všech spolupracovníků.

S radostí se s vámi opět uvidíme na Brněnském veletrhu, kde jsme stálými vystavovateli.

Je suis fort tout de même... je leur
ai vendu mon saucisson pur porc!

Hé, hé il m'a acheté
une voiture!



DIALOGUE

Après avoir écouté l'enregistrement, répondez aux questions suivantes :

- M. Čapek :** Bonjour, Madame. Je suis très heureux de vous accueillir dans notre société et j'espère que votre visite marquera le point de départ d'une collaboration fructueuse entre nos deux entreprises.
- Mme Fabre :** Bonjour, Monsieur. Je le souhaite aussi.
- M. Čapek :** Avant tout, permettez-moi de vous faire un bref historique de la société. Notre cristallerie est établie de longue date. Elle a été fondée en 1882 et jouissait déjà dans les années 1900 d'une réputation internationale. En 1948, l'entreprise a été nationalisée par le régime communiste et intégrée dans le trust de l'industrie du verre – mais la marque, en raison de sa renommée, a été préservée. En 1992, après la chute du régime communiste, l'entreprise a été restituée à la famille des anciens propriétaires. La nouvelle direction a cherché à renouer avec la tradition d'excellence qui caractérisait les produits de la société avant guerre. Notre entreprise est certifiée ISO 9001 depuis 2004 et a remporté des prix lors de plusieurs concours internationaux.
- Mme Fabre :** Quelle est la taille de votre entreprise ?
- M. Čapek :** Il s'agit d'une entreprise de taille moyenne. Nous employons une centaine de personnes. Mais notre société est en pleine expansion. Notre chiffre d'affaires a doublé en trois ans. Nous orientons notre production essentiellement vers les marchés étrangers : 75 % de nos produits sont exportés, principalement vers l'Allemagne et

l'Italie. Mais nous comptons aussi des clients en Belgique, en Autriche, au Canada et même au Japon.

Mme Fabre: Et en France ?

M. Čapek: Justement, pour l'heure nous sommes très mal implantés sur le marché français. C'est pourquoi nous attachons une grande importance à entamer une collaboration avec votre société de vente par correspondance.

Mme Fabre: Nous voulons avoir l'exclusivité de la distribution de vos produits sur le marché français.

M. Čapek: Nous en avons déjà discuté par téléphone, c'est d'accord.

Mme Fabre: Vos produits d'après les échantillons que vous nous avez expédiés sont d'excellente qualité. Leur design, en particulier, est très original. Nous avons réalisé une étude de marché et il semble qu'il existe une clientèle en France pour vos articles. Néanmoins, il reste deux problèmes délicats à régler. Les prix...

M. Čapek: Nous avons un excellent rapport qualité-prix. Vous ne devez pas oublier qu'il s'agit d'une production haut de gamme, entièrement réalisée à la main. Une qualité pareille a un prix.

Mme Fabre: Je ne le nie pas. Mais la vente par correspondance a des règles qui lui sont propres. En particulier, les prix doivent être de 10 à 15 % inférieurs à ceux pratiqués dans le commerce.

M. Čapek: Je ne peux pas répondre immédiatement à votre requête. Il faudra que nous étudions de manière plus approfondie cette question.

Mme Fabre: L'autre problème est celui de la commission que vous nous accordez : les 20 % que vous nous proposez sont insuffisants, nous réclamons 30 %.

M. Čapek: 30 % ! Je me suis renseigné. La marge accordée au distributeur est habituellement de 20 %.

Mme Fabre: Mais votre situation est différente. Votre marque est peu – pour ne pas dire pas – connue en France. Nous aurons donc des frais de promotion importants et probablement dans un premier temps, nous allons perdre de l'argent sur vos articles. N'oubliez pas, d'autre part, qu'être référencé par une société comme la nôtre constitue un gage de succès.

M. Čapek: Nous le savons bien, mais tout de même 30 % !

Mme Fabre: Nous serons intraitables sur ce point.

M. Čapek: Soit, nous vous accordons 30 % de commission, mais les deux années prochaines seulement. Ensuite, nous renégocierons ce point. Maintenant, si vous le voulez bien, nous allons passer à la visite de nos ateliers.

-
1. Quel est le secteur d'activité de la société de M. Čapek ?
 2. En quelle année sa société a-t-elle été créée ?
 3. Quels sont les effectifs de son entreprise ?
 4. A quels marchés destine-t-elle ses produits ?

5. Quel est le positionnement de ses produits?
6. Pour quel type de firme travaille Mme Fabre?
7. Que veut obtenir Mme Fabre?
8. Quels sont les deux problèmes évoqués par Mme Fabre?
9. A quel compromis parviennent Mme Fabre et M. Čapek?

EXERCICES

1) Associez chacun des termes ci-dessous à l'une des définitions données :

affiche – brochure – catalogue – circulaire – dépliant – prospectus – publipostage – tarif

- A Liste de prix d'articles proposés par un fournisseur.
- B Démarchage des clients par voie postale.
- C Imprimé publicitaire consistant en une feuille pliée plusieurs fois.
- D Livret publicitaire consacré à la présentation d'un article.
- E Feuillet publicitaire présentant un ou plusieurs articles.
- F Livret décrivant les articles proposés par un fournisseur.
- G Annonce publicitaire généralement placardée sur des espaces réservés à cet effet.
- H Lettre adressée simultanément à de nombreuses personnes.

2) Explicitez les sigles suivants:

S.A. – S.A.S. – S.A.R.L. – S.C.S. – S.N.C. – P.D.G. – C.A. – T.P.E. – Cie. – Ets. – R.C.S. – E.U.R.L. – E.I.R.L.

3) Présentez une entreprise de votre choix en suivant le plan suivant : historique – secteur d'activité – chiffre d'affaires – parts de marché – résultats – effectif – points forts – perspectives d'avenir.

4) Trouvez les sous-titres du texte suivant :

Avoir une qualité d'écoute – Créer une situation gagnante-gagnante – Être créatif – Être patient – La confiance – Obtenir un maximum d'informations avant la négociation – Savoir quand se retirer

7 CONSEILS POUR REUSSIR UNE NEGOCIATION COMMERCIALE

1

C'est le principe le plus important dans la plupart des négociations. Lorsque vous vous présentez à la négociation, prenez une approche positive et ouverte. Qu'est-ce que c'est ? C'est souhaiter **arriver à un bon compromis pour les deux parties**, de manière égale.

2

La meilleure façon d'obtenir un arrangement qui soit en défaveur de l'un ou de l'autre est d'être impatient. **Or les négociations prennent du temps.** Créer des solutions qui marchent bien dans les deux sens peut nécessiter plusieurs « brouillons » de compromis et d'accords. De plus, beaucoup de négociateurs sont tentés de vouloir le beurre, l'argent du beurre et la crème. Ils ne sont pas familiers avec le concept gagnant-gagnant !

3

Faire preuve de créativité lors d'une négociation, c'est **rechercher des solutions nouvelles** à des problèmes, freins et barrières. En écoutant les besoins de l'autre partie, il est plus facile de trouver des solutions nouvelles qui conviennent aux deux négociateurs. En effet, **dans 99% des cas l'art de la négociation** ne se limite pas à trouver le compromis qui soit le plus favorable à l'un ou à l'autre.

4

Pour réussir une négociation, il est nécessaire de savoir ce que l'autre partie souhaite obtenir. **Savoir comment négocier, c'est donc poser des questions** et savoir écouter les réponses : c'est pourquoi beaucoup de bons négociateurs démarrent la négociation par une phase de discussion. En écoutant l'interlocuteur, on est mieux à même de comprendre quels sont ses besoins, et quels buts sont recherchés.

5

Prenez le temps d'apprendre tout ce que vous pouvez à propos du client. En **récoltant un maximum d'informations** avant de démarrer la négociation, vous vous mettez dans l'optique de comprendre quels sont ses besoins, ses préoccupations. Cette connaissance rend plus facile la découverte d'une solution mutuellement bénéfique.

6

La confiance est importante parce qu'elle permet de **consentir à une solution mutuellement bénéfique**. Si vous n'avez pas confiance, votre interlocuteur le perçoit tôt ou tard. Cela peut mettre en danger la négociation, la recherche de la solution, et même son exécution.

7

Toutes les négociations n'aboutissent pas à un compromis gagnant-gagnant. Parfois il vaut mieux abandonner la partie ... le tout est de savoir quand.

5) Former des phrases avec les mots suivants :

1. Crise – faillite – entreprise
2. Bénéfice – entreprise – hausse – exportation
3. Filiale – implantation – marché – exportation
4. Difficulté – entreprise – tribunal – liquidation
5. Formalités – entreprise – cabinet d’avocats – création
6. Fusion – concurrent – monopole
7. Positionnement – haut de gamme – produit – concurrence
8. Contrepartie – acceptation – prix – délai de livraison
9. Termes – contrat – P.D.G.
10. Stand – invitation – salon

6) Indiquez si les expressions suivantes concernent les Sociétés anonymes ou les Sociétés à responsabilité limitée (dans certains cas deux réponses sont possibles). Donnez ou cherchez la définition de ces expressions.

	SARL	SA
Part sociale		
Action		
Gérant		
Comité d’entreprise		
PDG		
Conseil d’administration		
Conseil de surveillance		
Assemblée générale		
Commissaire aux comptes		
Raison sociale		
Capital social		
Objet social		

7) Complétez les phrases suivantes :

1. Excusez-moi..... interrompre notre réunion..... quelques minutes, mais je suis appelé..... téléphone.

2. Je..... de recevoir certaines informations..... me donnent droit..... renégocier les..... préalablement fixées.
3. Pourriez-vous..... expliquer les..... de votre refus de ma..... ?
4. Jusqu'à présent, vous n'avez pas..... preuve de ce que vous disiez..... le non respect de l'accord..... notre part.
5. Votre remarque..... la forme finale de notre..... sera certainement acceptée..... tous.
6. Le sujet de mon..... concerne la politique des..... de douanes pratiquée..... l'UE envers les pays tiers.
7. A la première vue, nous trouvons votre..... intéressant, mais nous sommes obligés de le..... avec nos autorités.
8. nom de tous mes collaborateurs, je me..... de vous remercier de votre présence et d'exprimer à la fois le..... de vous..... prochainement chez nous..... Canada.
9. Les négociations..... nous avons eues..... la Société MILOU ne nous pas satisfaction.
10. remporter un marché, vous devez convaincre votre client votre offre est celle..... lui faut.
11. Nous attendons des commerciaux qu'ils présentent une..... claire à unconvenable.

12. Nous sommes disposés..... accepter votre offre..... vous nous accordiez un délai de paiement de 90 jours.

8) Lettres à compléter :

Monsieur le Directeur et cher collègue,

J'ai le plaisir de vous..... savoir, que l'exposition annuelle..... nos lustres cristal aura lieu à Jablonec dans les locaux vous connaissez déjà.

Vous trouverez le badge VIP..... deux personnes, car nous comptons la présence de votre conjoint. A cette occasion, nous vous avons aussi..... une chambre double notre meilleur hôtel.

Dans l'attente notre..... rencontre, je vous prie d'.....,

Monsieur le Directeur, mes salutations distinguées.

Cher collègue,

Merci de votre..... qui m'a..... un grand plaisir. C'est vraiment une bonne de nous rencontrer non seulement..... des raisons d'....., mais aussi pour des raisons..... Je suis vraiment..... de voir sur place vous avez..... m'offrir. Etant..... que vos produits..... toujours bien, je suis sûr..... pouvoir élargir..... de notre offre. Je vous donc mon arrivée et me réjouis..... vous revoir bientôt.

Veuillez recevoir,....., mes meilleures salutations.

9) Version :

1. Notre magasin de New York ne vend que des articles de luxe: la mode française possède un grand prestige aux Etats-Unis, et nous sommes sûrs que les modèles français s'y vendront bien.
2. La visite d'un salon requiert de la part du visiteur une attention soutenue. Il ne faut pas oublier que la multitude des produits présentés, la sonorisation, l'abondance d'éclairage et la profusion d'informations distribuées au fil des allées finissent par provoquer une certaine saturation des capacités d'attention du visiteur.
3. A l'occasion de votre venue, nous voudrions réunir quelques

amis et quelques relations de travail chez nous, pour un cocktail, demain après-midi. **4.** J'ai été très touché de votre aimable invitation, mais je suis malheureusement pris par des engagements antérieurs, ce jour-là, et ne pourrai pas être chez vous comme je l'aurais souhaité. **5.** Je vous demande pardon de vous interrompre, mais si vous me le permettez, je vais traduire ce que vous venez de dire. **6.** Nos effectifs ont diminué de 12 % ces dernières années, car nous avons été obligés de faire des compressions de personnel. **7.** Comme le montre notre brochure de présentation, nous sommes implantés partout en Europe. **8.** Nous avons l'habitude de travailler en étroite collaboration avec nos clients. **9.** Pour commencer, je vais faire un bref historique de notre société. **10.** Est-ce que vous pourriez m'accorder un rendez-vous demain à 14 heures ? **11.** Je vous appelle pour confirmer l'heure de notre rendez-vous.

10) Thème :

1. Vážené dámy, vážení pánové, je mi ctí zahájit naše dvoustranné rozhovory o navýšení dodávek ropy na příštích pět let. **2.** Byli bychom rádi, kdyby toto navýšení nebylo spojeno s prudkým nárůstem cen. **3.** Pan Malý nám právě předložil návrh na pozměnění článku č. 5 smlouvy, kterou jsme podepsali v minulém roce. **4.** Podle mého názoru není nutné nic měnit až do jejího vypršení a potom můžeme začít znovu vyjednávat o nových podmínkách. **5.** Náš obchodní zástupce se nemohl zúčastnit schůzky se zahraničními partnery, poněvadž náhle onemocněl. **6.** Dostali jsme pozvání na veletrh, kde budeme jednat o nových možnostech nákupu zemědělských strojů. **7.** Tato otázka je velmi složitá a její projednání si vyžádá delší čas. Zítra se k ní vrátíme a já věřím, že najdeme rozumný kompromis. **8.** Byl jsem požádán, abych ukončil toto jednání, které, jak doufám, lze považovat za velmi úspěšné. **9.** S našimi novými partnery jsme se vůbec nedohodli, a proto jsme přerušili jednání. Nyní se musíme rozhodnout, za jakých podmínek tato jednání obnovíme. **10.** Jednání, které proběhlo na úrovni ministrů hospodářství, přineslo první zajímavé výsledky v oblasti zahraničních investic.

11) Lettres à traduire :

A.

Vážený pane,

děkujeme vám za potvrzení vaší účasti na každoročním setkání obchodních zástupců zemí vyvážejících cukr a vybrané zemědělské komodity. Vaše přítomnost je pro nás velmi důležitá zejména proto, že Česká republika patří k významným producentům cukru v Evropské unii. Vzhledem k tomu, že na programu jednání bude otázka snížení vývozních kvót, je vaše účast velmi nutná.

Pro vaši informaci ještě uvádíme, že jednání budou probíhat v konferenční místnosti hotelu Mariott v Paříži, kde je pro vás zajištěno ubytování ve dvoulůžkovém pokoji pro případ, že budete doprovázen vaší manželkou.

Očekáváme váš příjezd a srdečně vás zdravíme

podpis

B.

Vážení pánové,

dovolujeme si vás požádat o mimořádnou schůzku za účelem revize článku č. 3 naší společné dohody, kterou jsme podepsali minulý týden. Domníváme se totiž, že byla nepřesně formulována pasáž týkající se platebních lhůt a následné penalizace za jejich překročení. Byli bychom vám proto vděční, kdybyste byli ochotni znovu s námi projednat tento sporný bod. Prosíme vás tedy o návrh termínu a místa jednání.

Děkujeme vám za rychlou odpověď a srdečně vás zdravíme.

podpis

12) Lettres à rédiger :

- A** Rédigez un carton d'invitation pour inviter vos partenaires commerciaux à visiter votre stand à la foire de Paris.
- B** Vous écrivez une carte pour vous excuser de ne pouvoir participer au cocktail offert par la société Annapurna à l'occasion de la présentation de sa collection automne-hiver.
- C** Vous adressez vos vœux pour la nouvelle année au président de la Chambre de commerce franco-tchèque.
- D**

PALAIS DE CHAILLOT

MUSEE DE L'HOMME

Restaurant „Le Totem“

Esplanade du Trocadéro – 75 016 PARIS

La plus belle terrasse panoramique de Paris

Conditions spéciales pour les groupes

* Réception * Cocktails * Mariages

10 h à 24 h

Ouvert le dimanche, fermé le mardi

Intéressé(e) par l'annonce ci-dessus parue dans la presse et désireux(se) de fêter agréablement un évènement, vous adressez un courrier électronique au restaurant :

- pour retenir une table en donnant les renseignements nécessaires,
- pour demander les précisions que vous jugez utiles.

1

TESTEZ VOS CONNAISSANCES SUR LA FRANCE ET LES PAYS FRANCOPHONES

1. Comment s'appelle le Président de la République? ... le Premier ministre?
2. Qui a été le premier Président de la Ve République?
3. Comment s'appelle la figure féminine qui symbolise la République?
4. Quelle figure géométrique symbolise la France?
5. Quelle est la devise de la République française?
6. Citez deux quotidiens et deux hebdomadaires français.
7. Citez trois grandes entreprises françaises dans le domaine industriel et trois dans le domaine des services.
8. Citez quatre spécialités gastronomiques françaises et le nom des principaux vignobles.
9. Quel est le principal partenaire commercial de la France?
10. Combien la France compte-t-elle d'habitants?
11. Quelle est la part de la population immigrée?
12. Après Paris, quelles sont les quatre plus grandes villes françaises?
13. Combien y a-t-il de régions? ... de départements?
14. Citez trois départements d'outre-mer.
15. Quelle est la durée légale du travail en France?
16. A combien s'élève le taux de chômage en France?
17. A combien s'élève le taux des prélèvements obligatoires en France?
18. Comment s'appelle la partie francophone de la Suisse? ... celle de la Belgique?
19. Quelle est la province du Canada majoritairement francophone?
20. Citez cinq pays d'Afrique où le français a conservé le statut de langue officielle.
21. Quel pays en-dehors de la France compte le plus grand nombre de francophones?
22. Citez trois organisations internationales où le français possède le statut de langue de travail.

L'image d'une entreprise dépend en partie de la qualité du courrier qu'elle envoie. Pour cette raison, les lettres commerciales doivent respecter de strictes normes de présentation, définies en France par la norme N.F.Z. 11 001.

1) LE FORMAT

On utilise habituellement le format A4 (210mm X 297mm). Il est cependant possible d'employer le format « mémo » (210mm X 135mm) pour des lettres très courtes. Si la lettre compte plusieurs pages, il importe de numéroter chaque feuillet en haut de la page et de signaler le changement de feuille par des points de suspension en bas de page.

2) L'ENVELOPPE

L'adresse du destinataire doit être inscrite dans la partie droite de l'enveloppe et à mi-hauteur. Les informations sont ordonnées du nominatif à la localité du destinataire. Les titres de civilité ne doivent jamais être abrégés. Le nom de la rue et celui de la localité doivent être écrit en majuscules. Le numéro de la rue précède le nom de la rue. **Il convient de ne pas mettre de virgule ou de tiret entre le n° et le nom de la rue.** Le numéro de code postal (cinq chiffres) doit obligatoirement précéder le nom de la localité. Les deux premiers chiffres désignent le département (de 01 – Ain, 02 – Aisne, jusqu'à 95 – Val de Marne). Les trois derniers identifient le bureau distributeur. La mention CEDEX (courrier d'entreprise à distribution exceptionnelle) accélère la remise du courrier au destinataire. Pour tout envoi vers un pays étranger, le nom du pays destinataire doit être écrit dans la langue du pays d'expédition, en revanche la localité et l'adresse sont toujours rédigées dans la langue du pays destinataire.

Société EQUANCE
Monsieur Jean-Claude Philippe – Service du contentieux
Le Phénix – Bâtiment 9
1350 RUE ALBERT EINSTEIN
F 34691 MONPELLIER CEDEX 2
FRANCE

3) LES DIFFÉRENTES PARTIES DE LA LETTRE

ZONE 1

L'en-tête: La plupart des sociétés possèdent du papier à en-tête qui comporte généralement les mentions suivantes :

- logo
- raison sociale de la société et adresse
- forme juridique et montant du capital (obligatoire pour les S.A., S.A.S. et S.A.R.L.)
- numéro d'immatriculation au registre du commerce et des sociétés ou numéro d'identification de l' I.N.S.E.E. (S.I.R.E.N. ou S.I.R.E.T.)
- numéros de téléphone, de télécopie, adresse électronique

L'expéditeur: En cas d'absence d'en-tête, l'expéditeur indique son nom et son adresse (éventuellement, ses n° de téléphone et de télécopie ainsi que son adresse électronique) en haut à gauche de la lettre.

ZONE 2

Les coordonnées du destinataire (la vedette): Sous l'en-tête à droite. Elles peuvent être précédées de la mention « à l'attention de ... ». Il ne faut pas utiliser d'abréviations pour Monsieur, Madame, Société, etc.

ZONE 3

La date: Sous les coordonnées du destinataire. Un document non daté est dépourvu de valeur légale. Il convient de mentionner le lieu d'où l'on écrit avant la date. Le quantième s'indique en chiffres, le mois en toutes lettres. Pour l'année, on écrit les quatre chiffres. Il est inutile de préciser le nom du jour.

Les références: On indique en général les initiales de l'auteur de la lettre ou un numéro d'enregistrement. On distingue les références de l'expéditeur (N/Réf., Notre réf., Nos réf.) et celles du destinataire (V/Réf., Votre réf., Vos réf.) en cas de réponse à une première lettre.

L'objet: Il s'agit de présenter de manière succincte le sujet de la lettre.

ZONE 4

Le titre de civilité: Il est choisi en tenant compte de deux facteurs: la nature du destinataire et le type de relations qu'on entretient avec lui. Lorsqu'on s'adresse à une société ou si on ignore l'identité de la personne à qui on écrit, on utilise la plupart du temps le titre *Messieurs* ou éventuellement *Madame, Monsieur*. Lorsqu'on s'adresse à une seule personne, on emploie *Monsieur* ou *Madame*. Depuis 2012, le titre « *Mademoiselle* » a été supprimé des formulaires administratifs. Il vaut mieux ne pas l'employer.

Si l'auteur de la lettre connaît personnellement le destinataire, il peut utiliser la formule *Cher Monsieur* ou *Chère Madame*. Dans les lettres à caractère commercial (publipostage, circulaire publicitaire, etc.), il arrive fréquemment qu'on utilise des formules plus familières telles que *Cher client et ami, Chère Madame Dupont*, etc. Si le destinataire de la lettre exerce une fonction importante, il convient de la mentionner: *Monsieur le Président, Monsieur le Directeur*

général, Madame la Directrice, etc. Quand une personne exerce plusieurs fonctions, on choisit normalement la plus importante.

En France, il n'est pas d'usage de mentionner les titres universitaires, exception faite de celui de *Docteur*, et encore uniquement pour les médecins. Le titre de *Maître* (qui ne renvoie pas à un diplôme) est utilisé pour les avocats, notaires et huissiers de justice. Le titre de civilité est toujours suivi d'une virgule, mais le texte commence à la nouvelle ligne par une majuscule. **Les titres de civilité ne doivent jamais être écrits en abrégé** (y compris sur l'enveloppe).

Le corps de la lettre : Il comprend trois parties : l'introduction, le développement et la conclusion.

Dans l'introduction, on expose en une phrase ou deux le sujet de la lettre. C'est ce qu'on appelle la formule d'attaque (cf. phraséologie).

Dans le développement, on précise et on détaille les motifs qui ont conduit à la rédaction de la lettre. Il convient d'aller à la ligne chaque fois qu'on expose une nouvelle idée.

Dans la conclusion, soit on demande au correspondant de donner une réponse, soit on se tient à sa disposition. Dans la plupart des cas, la conclusion est liée à la formule de politesse.

La formule de politesse : Elle constitue un usage et un passage obligé de toute lettre commerciale. La règle veut qu'on reprenne dans la formule de politesse le titre de civilité utilisé en introduction de la lettre. Il existe une grande variété de formules de politesse (cf. phraséologie et exercice n°5). La plus couramment utilisée est *sentiments* ou *salutations distingué(e)s*. Il convient toujours de saluer de façon courtoise son correspondant même en cas de réclamation ou de mise en demeure. Dans ces situations, on se contentera cependant d'une formule minimaliste telle que *Recevez, Monsieur, mes salutations* afin de manifester son mécontentement.

ZONE 5

La signature : Elle figure à droite dans la partie inférieure de la dernière page de la lettre et doit bénéficier d'un espace suffisamment important. Elle est toujours manuscrite. Elle est normalement précédée du titre exact et complet de l'auteur de la lettre ainsi que de ses nom et prénom. Normalement l'auteur de la lettre signe lui-même son courrier, mais il arrive qu'une secrétaire ou un employé reçoive délégation pour signer certaines lettres. En ce cas, le titre du responsable est précédé des mentions *p.o.* (par ordre) ou *p.p.* (par procuration), suivi par les noms et qualités de celui qui a signé la lettre. Ces mentions signalent que le signataire signe au nom du responsable indiqué et que sa signature engage ce dernier.

Le post-scriptum : Il figure toujours sous la signature et est précédé des initiales *P.-S.* Son usage est cependant limité car il pourrait être interprété comme un signe de distraction de l'expéditeur.

Les pièces jointes : En bas de la première page de la lettre figure habituellement la liste des pièces jointes, c'est-à-dire des documents qui accompagnent la lettre. Cette liste est précédée des initiales *P.J.*

ZONE 6

Le pied de page : Au bas de la page, l'expéditeur peut faire figurer d'autres informations telles que les heures d'ouverture de l'entreprise, les références bancaires, le site Internet, les adresses des succursales, etc.

La télécopie: Lors de l'envoi d'un document par télécopie, il convient d'adresser une feuille de garde sur ce modèle:

A.....	Date	Heure
EXPEDITEUR		DESTINATAIRE
.....	
.....	
.....	
Service		Service.....
		N° de télécopie
De la part de		A l'attention de
.....	
Objet:.....		
.....		
.....		
.....		
.....		
Nombre de pages (y compris celle-ci):		
Notre n° de télécopieur est le:		
Si la transmission ne s'est pas faite correctement, veuillez nous appeler au		

4) LE FOND

Les lettres commerciales (de même que les courriels et les télex) ont, à la différence des conversations téléphoniques ou des télécopies, valeur de preuve en cas de litige et peuvent être présentées devant les tribunaux. C'est pourquoi, les entreprises doivent conserver un double des courriers qu'elles envoient. Pour cette raison aussi, les lettres commerciales doivent respecter certaines règles:

Soyez clair. Il faut, en particulier, proscrire les imprécisions. On n'écrira jamais « **Nous vous expédierons sous peu la marchandise** », mais on indiquera une date ou un délai précis. De même si on fait référence à une lettre ou à un appel téléphonique, on en précisera la date. On veillera aussi à ne pas employer de mots étrangers, et en particulier des anglicismes, même si ceux-ci sont d'usage courant. Votre correspondant pourra toujours prétendre ensuite qu'il n'a pas compris le sens exact de ce terme. Pour donner un exemple, on n'utilisera pas « **payer cash** » mais « **payer au comptant** ».

Soyez prudent. Il ne faut pas donner à votre correspondant des arguments qu'il pourrait retourner contre vous. En cas de doute, le rédacteur de la lettre consultera le service du contentieux. On évitera ainsi de prendre des engagements à la légère, comme par exemple promettre à un client de le livrer dans un délai que vous savez pertinemment ne pas pouvoir tenir. De même, on évitera de dévoiler d'emblée au cours d'une négociation commerciale le prix auquel on est disposé à traiter, on se contentera d'indiquer la base sur laquelle on est prêt à négocier.

Soyez concis. La lettre commerciale est un instrument de travail. Elle est faite pour être parcourue en vitesse par un lecteur pressé qui doit prendre rapidement une décision. Pour cette raison, une lettre ne doit jamais traiter que d'un seul sujet à la fois.

Soyez courtois. Même en cas de réclamation, n'employez jamais un ton menaçant à l'égard de votre correspondant. Quand vous répondez de façon négative à une demande, exprimez toujours vos *regrets*.

5) LE STYLE

Comme nous venons de le signaler, la lettre commerciale est faite pour être lue rapidement. Il ne s'agit donc pas pour l'auteur de ce genre de lettres de faire preuve d'originalité mais au contraire d'utiliser des formules toutes faites qui permettront à son correspondant d'identifier immédiatement les motifs qui ont conduit à l'envoi d'un courrier. On évitera donc les tournures impliquées et les phrases trop longues, en particulier les enchaînements de pronoms relatifs et de subordinées circonstancielles. Par exemple, on n'écrit pas « *La lettre que vous nous avez adressée la semaine dernière afin que nous prenions bonne note de la décision que vous avez prise concernant l'annulation de la commande que vous aviez passée le ... nous est bien parvenue* » mais « *Nous accusons bonne réception de votre lettre du ... concernant l'annulation de votre commande du...* ».

Il ne faut pas utiliser de formules ambiguës qui peuvent prêter à confusion. Les termes techniques doivent être employés avec discernement. Dans une circulaire publicitaire, on utilisera ainsi un vocabulaire en adéquation avec le public visé. Il convient aussi de ne jamais utiliser de tournures et/ou d'expressions familières qui risqueraient de susciter une impression négative.

A NOTER:

1. En France, l'usage veut qu'une lettre commerciale ne commence jamais par le pronom « *je* ». On débutera de préférence la lettre soit par une formule impersonnelle comme « *Il m'est permis de ...* », soit par des formules toutes faites comme « *C'est avec plaisir que je ...* » ou « *Compte tenu de ..., je ...* », soit par un renvoi à une conversation ou à un courrier précédent, « *Suite à notre entretien du ..., je ...* ».
2. Lorsque la lettre est écrite au nom de l'entreprise, on emploie de préférence la première personne du pluriel, par exemple « *Nous mettrons le plus grand soin à exécuter votre commande* ». En revanche, quand la lettre engage la responsabilité personnelle de son auteur, le « *je* » est de rigueur. Il convient tout au long de la lettre de conserver la même personne. On ne commencera pas une lettre par « *Nous accusons bonne réception de votre courrier* » pour la terminer par « *Recevez, Monsieur, mes salutations distinguées* ». Dans tous les cas, l'emploi du pronom indéfini « on » (dans le sens de « nous ») doit être proscrit. Il ne faut jamais utiliser de formules telles que « *On vous avisera de la date d'envoi de la marchandise* » mais « *Nous vous aviserons de la date d'envoi de la marchandise* ».

LETTRES MODELES

Zone 1
En-tête

Editions de la Hune
Société à responsabilité limitée au capital de 7.500 euros
26 bd. Saint-Germain, Cedex 75456 PARIS
Téléphone 01.27.86.89.04/Télécopie 01.26.75.89.29/Courriel info@lahune.com

Zone 2
Vedette

Monsieur Jean-Pierre Martin
Librairie Martin
6 rue du Général Leclerc
14000 CAEN

Zone 3
Date, objet,
références

N/réf. : DF 456
V/réf. : -

Objet : Changement d'adresse

Paris, le 12 décembre 2***

Zone 4
Corps de la
lettre

Monsieur,

L'extension de nos affaires depuis quelques années nous a conduits à transférer nos bureaux dans un nouvel immeuble situé à l'adresse suivante :

5 rue du Four
75006 PARIS

L'ouverture des locaux aura lieu le 1^{er} février prochain. Nous vous saurons gré d'envoyer à compter cette date toute correspondance à cette adresse.

Ce transfert répond à notre volonté de regrouper tous les services de notre maison d'édition en un même lieu afin de mieux répondre aux besoins de notre clientèle.

Nous serons heureux de vous accueillir dans nos nouveaux bureaux et de vous faire bénéficier de ces améliorations.

Veillez croire, Monsieur, à l'assurance de nos sentiments les meilleurs.

Zone 5
Signature

Pascal Durand
Gérant
Signature

Zone 6
Pied-de page

Banque Populaire, Agence Notre-Dame, Compte n° 32346780
<http://www.lahune.com>

Pavel Škoda
Société INTEREXPORT
Vinohradská 23
120 00 PRAHA 2
République tchèque

A l'attention de
Monsieur Jean-Claude Duchemin
Société Duchemin et Cie.
12 allée des Platanes
25278 DÔLE CEDEX

Praha, le 12 mars 2***

Objet: Remerciements

Cher Monsieur,

De retour à Prague, je tiens à vous remercier pour l'excellent accueil que vous m'avez réservé lors de mon séjour dans votre ville.

J'ai tout particulièrement apprécié la visite de votre usine dont le caractère futuriste m'a impressionné.

J'espère que les liens que nous avons tissés à l'occasion de cette visite pourront déboucher sur une collaboration plus étroite entre nos deux sociétés.

Je serai à mon tour très heureux de vous recevoir d'ici peu en République tchèque.

Croyez, cher Monsieur, à l'expression de mes sentiments très cordiaux.

Signature

2

LEXIQUE

lettre f d'affaires / commerciale – obchodní dopis

en-tête m – záhlaví, hlavička

objet m / concerne – věc

expéditeur m / destinataire m – odesílatel/adresát

N/V référence – naše/vaše značka

formule f de politesse – zdvořilostní formule

code m postal – směrovací číslo

C.C. (copie f conforme) – ověřená kopie

P.O. (par ordre) – z příkazu

P.P. (par procuration) – v zastoupení

télécopie f – telefax

télex m – dálnopis/telex

à l'attention de – k rukám

C.C.P. (compte chèque postal) – poštovní šekové konto

R.C.S. (Registre du Commerce et des Sociétés) –
obchodní rejstřík

dénomination f / raison f sociale – název firmy/
společnosti

siège m social – sídlo firmy

présentation f d'une lettre – úprava dopisu

PHRASEOLOGIE

Une grande partie de la correspondance expédiée par une entreprise a un caractère répétitif. De ce fait, ce sont toujours les mêmes phrases et les mêmes formules qu'on utilise.

Pour accuser réception

En référence à/ Nous référant à/

En réponse à/ Suite à/

Nous accusons réception de votre courrier du... relatif à la venue de votre représentant le 13 courant.

Votre lettre du ... nous est bien parvenue.

Nous avons pris bonne note de votre lettre du ... concernant le retard survenu dans la livraison de votre commande du ...

Votre lettre du ... a retenu notre attention.

Nous avons bien reçu votre commande du ... et vous en remercions.

Potvrzení přijetí (dopisu)

S odvoláním na/Odvoláváme se

V odpovědi na/V návaznosti na

Potvrzujeme přijetí vašeho dopisu ze dne ..., který se týká příjezdu vašeho zástupce 13. tohoto měsíce.

Váš dopis ze dne ... nám v pořádku došel.

Vzali jsme na vědomí váš dopis ze dne ... týkající se zpoždění dodávky vaší objednávky ze dne ...

Váš dopis ze dne ... nás zaujal.

Dostali jsme vaši objednávku ze dne ... a děkujeme vám za ni.

Pour confirmer

Nous vous avons informés par notre lettre du ...

Comme suite à notre conversation téléphonique de ce jour, ...

Par la présente, nous vous confirmons les propositions que vous a faites notre représentant lors de son dernier passage.

Comme convenu, nous avons réglé par virement bancaire votre facture du

Comme vous nous l'avez demandé, la marchandise sera livrée sous huitaine.

Conformément à vos instructions, nous avons remis la marchandise à votre transporteur, la société N*.

Potvrzení

Naším dopisem ze dne ... jsme vás informovali o ...

V návaznosti na náš dnešní telefonický rozhovor ...

Tímto dopisem potvrzujeme návrhy, které vám učinil náš zástupce při své poslední cestě.

Podle dohody jsme zaplatili vaši fakturu ze dne ... bankovním převodem.

Podle vaší žádosti bude zboží dodáno do týdne.

V souladu s vašimi pokyny jsme předali zboží vašemu přepravci, společnosti N.

Pour faire une demande

Nous vous serions obligés de nous indiquer ...

Pourriez-vous me faire savoir ...

Nous vous serions reconnaissants de nous adresser les informations suivantes :

Učinit žádost, poptávku

Byli bychom vám vděční, kdybyste nám sdělili ...

Mohl/i byste mi oznámit ...

Byli bychom vám zavázáni, kdybyste nám zaslali tyto informace/za zaslání těchto informací :

Pour faire une demande

Nous vous saurions gré de nous adresser des échantillons de votre nouvelle crème solaire.

Nous désirerions obtenir des informations sur la solvabilité de la société N*.

Učinit žádost, poptávku

Byli bychom vám vděční, kdybyste nám zaslali vzorky/za zaslání vzorků vašeho nového krému na opalování.

Rádi bychom získali informace o platební schopnosti společnosti N.

Pour passer commande

Pourriez-vous nous livrer dans les plus brefs délais ...

Nous vous prions de prendre note de la commande suivante:

Veillez nous adresser par retour de courrier ...

Nous vous demandons de procéder à l'envoi immédiat de ...

Suite à votre offre du ..., nous souhaiterions vous commander ...

Zadat objednávku

Mohli byste nám dodat v co nejkratší lhůtě ...

Prosíme vás, abyste vzali na vědomí tuto objednávku:

Zašlete nám laskavě obratem ...

Žádáme vás, abyste neprodleně vyexpedovali ...

V návaznosti na vaši nabídku bychom u vás rádi objednali ...

Pour accompagner ou annoncer un envoi

Veillez trouver ci-joint la facture n° ...

Vous voudrez bien trouver ci-joint notre nouveau catalogue.

Nous vous expédions sous pli séparé les articles demandés.

En règlement de votre facture, nous vous prions de trouver ci-joint un chèque de ... euros.

Oznámení zásilky

V příloze najdete fakturu č. ...

V příloze najdete náš nový katalog.

Požadované zboží vám zasíláme zvlášť.

Na úhradu vaší faktury přikládáme šek na částku ... eur.

Pour manifester son intérêt ou pour annoncer ses intentions

Nous sommes intéressés par votre offre du ...

Votre offre du ... nous intéresse vivement.

Nous souhaiterions nouer des relations commerciales plus étroites avec votre société.

Notre société a l'intention de développer ses activités en République tchèque.

Projevit zájem nebo oznámit své úmysly

Zajímáme se o vaši nabídku ze dne...

Vaše nabídka ze dne ... nás velmi zajímá.

Rádi bychom navázali užší obchodní vztahy s vaší společností.

Naše společnost má v úmyslu vyvíjet činnost v České republice.

Pour donner son accord

Nous acceptons votre proposition du ...

Nous consentons à proroger d'un mois l'échéance de notre facture.

Nous sommes disposés à vous accorder une remise de 15%.

Nous sommes prêts à exécuter votre commande dans un délai de quinze jours.

Nous sommes disposés à donner une suite favorable à votre requête du ...

Dát souhlas

Přijímáme váš návrh ze dne ...

Souhlasíme s prodloužením splatnosti naší faktury o jeden měsíc.

Jsme ochotni vám poskytnout 15% slevu.

Jsme ochotni vyřídit vaši objednávku v 14denní lhůtě.

Jsme ochotni vyhovět vaši žádosti ze dne ...

Pour manifester son refus, ses regrets ou son mécontentement

Nous regrettons de ne pas pouvoir vous satisfaire.

Nous avons le regret de vous informer que la qualité de la marchandise livrée ne correspond pas à celle des échantillons.

Il nous est malheureusement impossible de donner une réponse favorable à votre demande.

Nous sommes dans l'impossibilité de respecter les délais que vous demandez.

Nous sommes au regret de vous informer que la fabrication de l'article faisant l'objet de votre commande a été interrompue.

Nous ne pouvons pas accepter la contre-proposition que vous nous avez adressée.

Projevit odmítnutí, politování nebo nespokojenost

Litujeme, že vám nemůžeme vyhovět.

S politováním vám sdělujeme, že kvalita dodaného zboží neodpovídá kvalitě vzorků.

Na vaši žádost nemůžeme bohužel kladně odpovědět.

Je pro nás nemožné dodržet vámi požadované lhůty.

S politováním vám sdělujeme, že výroba vámi objednaného zboží byla přerušena.

Nemůžeme akceptovat vámi zasloupanou protinabídku.

Pour exprimer une obligation

Au cas où nous ne serions pas livrés d'ici 48 heures, nous nous verrions dans l'obligation de refuser la marchandise.

Nous vous mettons en demeure de régler la somme de ... sous 48 heures.

Nous sommes contraints de remettre votre dossier à notre service du contentieux.

La faillite d'un de nos principaux clients nous contraint à réduire nos activités.

Vyjádřit povinnost, závazek

V případě, že by se dodávka neuskutečnila do 48 hodin, byli bychom nuceni odmítnout zboží.

Vyzýváme vás k zaplacení částky ... do 48 hodin.

Jsme nuceni předat váš spis (vaši dokumentaci) našemu právnímu oddělení.

Bankrot jednoho z našich hlavních zákazníků nás nutí omezit naši činnost (naše obchody).

Pour s'excuser et pour remercier

Nous regrettons vivement l'erreur qui s'est glissée dans la facture n° ...

Nous vous présentons toutes nos excuses pour ce retard.

Veillez nous excuser pour cet oubli.

Vous voudrez bien nous excuser de cet incident indépendant de notre volonté.

Nous vous remercions par avance de votre invitation.

Nous vous renouvelons nos remerciements pour la rapidité avec laquelle vous avez résolu ce problème.

Dans l'attente d'une réponse favorable, nous vous adressons nos remerciements anticipés.

Omluvit se a poděkovat

Velmi litujeme chyby, která se objevila ve faktuře č. ...

Velmi se omlouváme za toto zpoždění.

Omluvte nás laskavě za toto opomenutí.

Omluvte nás laskavě za tento případ, který vznikl nezávisle na naší vůli.

Předem vám děkujeme za vaše pozvání.

Ještě jednou vám děkujeme za rychlé vyřešení tohoto problému.

Za vaši kladnou odpověď vám předem děkujeme.

LES FORMULES DE POLITESSE :

A Formules passe-partout :

Veillez recevoir/ agréer, <titre de civilité >, mes / nos salutations distinguées.

Croyez, <titre de civilité >, en l'expression de mes / nos sentiments distingués.

Recevez, <titre de civilité >, mes / nos salutations distinguées.

Recevez, <titre de civilité >, mes / nos sincères salutations.

B Formules adressées à une personne qu'on connaît :

Recevez, <titre de civilité >, mes meilleures salutations.

Croyez, <titre de civilité >, en l'assurance de mes sentiments très cordiaux.

Salutations cordiales.

C Formule adressée à une femme par un homme :

Veillez agréer, <titre de civilité >, mes hommages (respectueux).

D Formules adressées à un client :

A noter : l'utilisation du terme « expression » est plus soutenue que celle d' « assurance ».

Veillez agréer, <titre de civilité >, mes / nos sentiments dévoués.

Veillez croire, <titre de civilité >, en l'expression de mes / nos sentiments dévoués.

Je vous prie d'agréer, <titre de civilité >, l'assurance de ma sincère considération

E Formules adressées à une personnes occupant des fonctions élevées :

Veillez croire, <titre de civilité >, en l'expression de ma haute considération.

Veillez agréer, <titre de civilité >, mes respectueuses salutations/ mes salutations les plus respectueuses.

Veillez croire, <titre de civilité >, en l'expression de ma profonde gratitude. (en cas de remerciement)

F Formules à utiliser en cas de réclamation :

Recevez, <titre de civilité >, mes / nos salutations.

Recevez, <titre de civilité >, l'expression de ma / notre vive déception.

On se dit vous ou tu, qui doit le savoir?



EXERCICES

1) Indiquez l'objet de la lettre :

1. Vous voulez aviser votre correspondant de l'envoi prochain de la marchandise.
2. Vous signalez à un de vos clients qu'il n'a toujours pas réglé une facture arrivée à échéance depuis un mois.
3. Vous mettez en demeure un de vos débiteurs de vous régler dans les quarante-huit heures.
4. Vous annoncez votre intention de résilier votre police d'assurance.
5. Vous signalez qu'une partie des marchandises que vous avez commandées sont arrivées abîmées.

6. Vous présentez à un client potentiel un nouveau produit.
7. Vous annoncez la visite de votre représentant.
8. Vous écrivez pour demander qu'on vous envoie le tarif et le catalogue de la collection « été ».
9. Vous confirmez la commande que vous avez passée au représentant de votre fournisseur.
10. Vous demandez à l'administration fiscale de vous accorder un crédit d'impôt.

2) Quel titre de civilité choisir quand vous vous adressez ...

1. ... à un avocat ou à un notaire ?
2. ... au P.D.G. d'une grande société ?
3. ... au service commercial d'une société ?
4. ... à une cliente à laquelle vous présentez un nouveau produit ?
5. ... au gestionnaire de votre compte bancaire ?
6. ... à une relation d'affaires ?
7. ... à madame Pernelle, contrôleur des impôts à qui vous adressez la déclaration de vos revenus ?
8. ... au responsable du personnel d'une grande société ?
9. ... à un médecin ?

3) Exprimez d'une façon correcte :

1. Lorsqu'on a débarrassé la marchandise, nous avons constaté qu'il manquait la pièce n°....
2. On vous écrit pour vous dire qu'on a bien reçu votre lettre.
3. Quoique nous vous ayons adressé déjà trois lettres de rappel, vous ne nous avez toujours pas réglé notre facture du
4. Envoyez-moi immédiatement votre dernier catalogue.
5. Quand est-ce que vous exécuterez notre commande ?
6. Vous vous êtes trompé(s) en établissant la facture n°
7. Votre proposition ne nous intéresse absolument pas.
8. Vous avez intérêt à nous payer tout de suite, sans ça on ira devant les tribunaux.
9. Nous ne sommes pas du tout contents de la qualité de vos marchandises.
10. On pourrait éventuellement nous intéresser à votre offre mais vos prix sont complètement délirants.
11. Vous exagérez, ça fait déjà un mois qu'on attend la livraison de notre commande.
12. On s'excuse de ce retard mais on ne pouvait pas prévoir la grève surprise des cheminots.
13. Votre commande tombe à un mauvais moment parce que notre stock est épuisé.
14. Recommencez dans une semaine.

4) Trouvez la formule d'attaque

1. Pour annoncer que vous avez bien reçu un courrier.
2. Pour répondre à une demande de façon positive / négative.
3. Pour poser une question.
4. Pour s'excuser à la suite d'une réclamation.
5. Pour signaler qu'une facture n'a toujours pas été payée.
6. Pour postuler à un emploi.
7. Pour informer un client de l'envoi d'une commande.
8. Pour informer un client que la commande ne pourra pas être exécutée dans le délai convenu.
9. Pour adresser à un client un catalogue et des échantillons.
10. Pour signaler le passage de votre représentant.
11. Pour adresser une réclamation à la suite d'une erreur de livraison.
12. Pour adresser un chèque en règlement d'une facture.
13. Pour confirmer une décision prise lors d'une conversation téléphonique.
14. Pour remercier une relation d'affaires d'une invitation.

5) Quelle formule de politesse allez-vous utiliser avec les correspondants suivants ?

1. Le P.D.G. d'un grand groupe industriel.
2. Un client avec lequel vous entretenez des relations régulières.
3. Un client qui vient de vous passer une grosse commande.
4. Un client potentiel auquel vous avez adressé une offre.
5. Un client auquel vous vous excusez pour une erreur de livraison.
6. Un client qui n'a toujours pas réglé sa facture en dépit de trois rappels.
7. Un fournisseur.
8. Un agent de l'administration fiscale.

6) Complétez :

1. Nous avons le plaisir vous informer la commercialisation récente de notre nouveau produit.

2. Nous vous serions obligés de nous savoir si vous continuez vous intéresser modèle présenté au dernier Salon Entrepreneurs.
3. Veuillez nous indiquer meilleures conditions vente et livraison.
4.référence à notre conversation téléphonique ce matin, nous voulons confirmer écrit notre commande.
5. Vous trouverez un chèque d'un montant 3 000 euros.
6. l'attente de votre réponse rapide, nous vous d'agréer l'expression de nos sentiments
7. nos remerciements anticipés votre commande, nous vous prions d'agréer nos salutations.
8. Conformément vos instructions, la marchandise sera prête l'expédition48 heures.
9. la présente, nous vous l'accord vous avez passé préalablement notre représentant.
10. Nous réception de votre commande et vous remercions.
11. Nous avons des dictionnaires « Français-tchèque » mais nous avons des dictionnaires « Tchèque-français ».

- 12.** la marchandise ne nous serait pas livrée 48 heures, nous nous verrions d'annuler notre commande et de vous demander le versement de dommages-intérêts du préjudice subi.

7) Version :

1. Nous vous rappelons les termes de notre lettre du 12 mars dernier concernant les conditions de paiement que nous sommes disposées à vous accorder. **2.** Nous vous remercions de votre lettre du 7 juin par laquelle vous nous avez passé commande de 700 pièces de l'article n° X45. **3.** Nous vous saurions gré de nous adresser par retour du courrier un exemplaire de votre dernier catalogue. **4.** Votre lettre du 13 janvier a retenu toute notre attention. **5.** Conformément à notre conversation téléphonique du 9 octobre, je vous confirme que nous sommes disposés à vous accorder une remise de 12% au cas où vous passeriez une commande supérieure à 10.000 euros. **6.** Nous regrettons vivement de ne pas pouvoir donner une suite favorable à votre offre du 1^{er} juin dernier. **7.** Par la présente, nous vous informons que nos bureaux seront fermés du 3 au 26 août. **8.** Nous demeurons dans l'attente de votre éventuelle commande. **9.** Nous vous remercions d'avoir su faire preuve de compréhension pour ce retard de livraison. **10.** Veuillez accepter nos excuses pour cette erreur. **11.** Nous vous adressons sous pli séparé des échantillons de notre nouvelle crème solaire. **12.** Nous espérons que vous saurez trouver au plus vite une solution à une situation qui lèse gravement nos intérêts mutuels. **13.** En vous souhaitant bonne réception de la marchandise, nous vous adressons l'expression de nos sentiments très dévoués. **14.** En vous remerciant par avance d'accorder une suite favorable à notre demande, nous vous prions d'agréer, Messieurs, nos salutations distinguées.

8) Thème :

1. V návaznosti na naše předběžná osobní jednání vám zasíláme tuto nabídku. **2.** Děkujeme vám za zaslání informace, které považujeme za velmi užitečné pro naši další obchodní činnost. **3.** Byli bychom vám vděční za sdělení důvěrných informací o zahraniční firmě X, která projevila zájem o naše zboží. **4.** Odpovídáme na vaši žádost ze dne ... a zasíláme v příloze náš nejnovější katalog a ceník. **5.** Budete-li požadovat nějaké vzorky látek, zašleme vám je zdarma v omezeném množství. **6.** Rádi bychom obnovili naše dřívější obchodní vztahy, a proto vás prosíme o vaši aktuální nabídku koženého zboží. **7.** Zajímá nás vaše nová kolekce bižuterie, kterou připravujete pro zákaznice v arabských zemích. **8.** Dovolujeme si vám oznámit, že ředitelství naší společnosti změnilo adresu a přestěhovalo se do nové budovy nedaleko Václavského náměstí. **9.** Jsme schopni vyřizovat vaše objednávky ve lhůtě čtrnácti dnů. **10.** S politováním vám oznamujeme, že jsme museli ukončit výrobu plynových kotlů z provozních důvodů. **11.** Vaši protinabídku nemůžeme bohužel přijmout, poněvadž nám nevyhovuje poměr kvality a ceny. **12.** Byli bychom nuceni odmítnout vaši dodávku, pokud bychom ji neobdrželi ve sjednaném termínu.

9) Complétez :

A

Monsieur,

Nous sommes heureux vous compter nos nouveaux clients et désirons vous assurer de la de nos et services.

..... votre dernière lettre vous nous adressez une concernant les de paiement des commandes..... Comme vous êtes un nouveau, nos conditions la première affaire sont les : 50% de la facture la livraison et le solde 30 jours tard.

Nous vous..... une bonne..... de cette lettre et vous prions..... agréer l'expression de nos sentiments distingués.

B

Messieurs,

Nous vous remercions votre lettre relative changement d'adresse de votre siège. Nous comprenons maintenant nous n'avions pas de de votre part..... plus de deux mois. Nous renouvelons donc notre urgente de votre dernier catalogue de produits sanitaires.

..... nos remerciements anticipés pour son envoi retour du courrier, nous vous prions d'agréer nos distinguées.

2