



Cambridge International AS Level

FRENCH LANGUAGE

8028/22

Paper 2 Reading

October/November 2025

INSERT

1 hour 30 minutes

INFORMATION

- This insert contains the text referred to in Questions 33–40.
- You may annotate this insert and use the blank spaces for planning. **Do not write your answers** on the insert.

RENSEIGNEMENTS

- Ce livret annexe contient le texte mentionné dans les Questions 33–40.
- Vous pouvez annoter ce livret annexe et utiliser les espaces vides pour faire un plan. **N'écrivez pas vos réponses** sur le livret annexe.



This document has **4** pages. Any blank pages are indicated.

Questions 33–40

Lisez le texte.

Pour chaque question (33–40), indiquez votre réponse (A, B, C ou D) sur la feuille de réponse séparée, en fonction du texte. Noircissez **une** seule case pour chaque question.

Restaurateurs en colère

De plus en plus de clients réservent une table dans un restaurant, normalement par téléphone ou en ligne, mais ne se présentent pas, alors qu'ils n'en ont même pas prévenu l'établissement. « Il arrive fréquemment qu'ils réservent dans plusieurs restaurants au même moment pour être certains d'avoir une table. Ils se disent qu'ils verront suivant l'humeur du moment s'ils iront manger dans un restaurant italien plutôt que dans un bistrot français. Mais souvent, ils ne penseront pas – ou n'auront pas la politesse – d'annuler l'autre réservation qui a été faite, se plaint Claudine, patronne d'un restaurant populaire d'Angers. J'en ai ras le bol. »

Chez René, restaurateur de Vannes, c'est un phénomène qui date depuis un bon moment, mais la tendance s'est amplifiée récemment. « Certains jours, je compte jusqu'à 20 % de réservations non-honorées à midi, ce qui a d'énormes répercussions pour mon restaurant : tables inoccupées, personnel licencié et une partie importante du chiffre d'affaires qui part en fumée. Et quant aux aliments jetés à la poubelle, j'en suis vraiment choqué. Bien sûr qu'un client a le droit de changer d'avis ou de plans ou d'avoir des empêchements imprévus. Mais ce que beaucoup de clients n'apprécient pas, c'est qu'il vaut beaucoup mieux annuler que simplement ne pas se présenter. Franchement, je trouve cette pratique malhonnête et irrespectueuse. »

Plusieurs associations de restaurateurs ont lancé des campagnes pour sensibiliser les clients aux dommages qu'une non-présentation cause aux résultats financiers d'un restaurant. D'autres patrons envoient automatiquement un email ou un SMS avec un lien sur lequel le client doit cliquer au plus tard le soir précédent afin de confirmer sa venue. Autrement, pour éviter la mauvaise surprise, le personnel prend un numéro de téléphone au moment de la réservation et passe un appel aux clients pour savoir s'ils seront là ou pas. La grande majorité de la clientèle ne fait pas exprès de nuire à l'établissement et oublie simplement de communiquer un changement de programme ou un contre-temps.

Il y a des chefs qui ont pris des décisions plus radicales : certains n'acceptent plus de réservations, ce qui crée parfois de longues files d'attente devant les établissements. Ou bien ils préviennent leurs clients qu'un retard de 15 minutes maximum est toléré, mais que la réservation sera annulée au-delà de ce délai. D'autres créent leur propre liste rouge qui permet d'identifier les clients avec un historique de non-présentation.

René explique : « En France, de plus en plus de restaurants ne prennent leurs réservations que sur des plateformes spécialisées, en ligne. Ils demandent au client de fournir les détails de sa carte de paiement avant de pouvoir retenir une table. C'est un système qui marche à coup sûr puisqu'il engage le client financièrement. Certains restaurants à l'étranger vont déjà jusqu'à demander le prépaiement d'une somme importante, ce qui serait difficile à envisager pour les petits établissements locaux. Mais pourquoi pas ? Si je prends un billet d'avion et que je ne me présente pas, je ne suis quand même pas remboursé ! »

BLANK PAGE

BLANK PAGE

Permission to reproduce items where third-party owned material protected by copyright is included has been sought and cleared where possible. Every reasonable effort has been made by the publisher (UCLES) to trace copyright holders, but if any items requiring clearance have unwittingly been included, the publisher will be pleased to make amends at the earliest possible opportunity.

To avoid the issue of disclosure of answer-related information to candidates, all copyright acknowledgements are reproduced online in the Cambridge Assessment International Education Copyright Acknowledgements Booklet. This is produced for each series of examinations and is freely available to download at www.cambridgeinternational.org after the live examination series.

Cambridge Assessment International Education is part of Cambridge Assessment. Cambridge Assessment is the brand name of the University of Cambridge Local Examinations Syndicate (UCLES), which is a department of the University of Cambridge.