

RACHEL CHANTAL

*L'art du
savoir-dire*

**LES MOTS AU SERVICE
DU LUXE À LA FRANÇAISE**

HÔTELLERIE • RESTAURATION • MODE

DUNOD

De la même auteur :
*Luxe et élégance – L'excellence dans la relation client
et le management, Dunod, 2014.*

Mise en page : Belle Page

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.

Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements

d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour

les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.

Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).



© Dunod, 2018

11 rue Paul Bert, 92240 Malakoff
www.dunod.com

ISBN 978-2-10-076358-0

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

Sommaire

Préface	IX
Remerciements	XI
Avant-propos	XIII
Introduction	1
Chapitre 1 ■ Les fondements du savoir-dire « à la française »	9
Histoire et modernité d'une signature	10
Art de la conversation	14
« Nous » de majesté, « vous » de politesse	18
Termes d'appel et traitement	22
Convivialité n'est pas familiarité	23
Héritage professionnel précieux	27
Élégance de mots, gentillesse de cœur	30
Chapitre 2 ■ Savoir-dire du cérémonial d'accueil	33
Saluer	34
Se présenter, présenter un tiers	43
Acquiescer	46
Offrir sa disponibilité	50
Accompagner, escorter	51
Inviter à patienter	53
Prendre congé	55

Formuler des remerciements	56
Honorer un remerciement	58
Dire « non »	62
Chapitre 3 ■ Savoir-dire du protocole de vente	65
Accueillir d'abord	66
Proposer une conversation « sur-mesure »	69
Ne pas vendre, mais émouvoir	71
Faire naître la confiance	73
Présenter objet et service	76
Offrir un service étoilé	78
Interrompre une conversation	81
Présenter ses excuses	83
Procéder à l'encaissement	87
Assurer un suivi	89
Chapitre 4 ■ Savoir-dire de l'étiquette téléphonique	91
La rencontre des mots et de la voix	92
Répondre avec élégance	93
Acheminer courtoisement l'appel	98
Filtrer avec tact	99
Inviter l'appelant à patienter	101
Reprendre poliment l'échange	102
Appeler un correspondant	105
Mettre fin à l'appel	108
Messagerie	109
Chapitre 5 ■ Écrin de mots	113
Mots mis en scène	114
Mots pour décrire	115
Mots du goût et des sens	119

Mots des couleurs	125
Mots des métiers	129
Mots et expressions à nuancer	138
Mots d'anglais	156
Chapitre 6 ■ Savoir-dire de la correspondance	163
Cérémonial écrit	164
Calligraphie	165
Mots de compliments	167
Mots de regret	170
Mots d'invitation	171
Lettre à un dignitaire	173
Lettre d'affaires	177
Courriel et texto	179
Vidéo chat et robot conversationnel	182
Chapitre 7 ■ Savoir-dire managérial	185
Cœur et honneur	186
Intention et attention	190
Petits mots qui n'en sont pas	195
Exprimer ses attentes	199
Offrir de la reconnaissance	206
Responsabiliser	209
Les vertus de l'erreur	212
Mot-iver	216
Savoir réunir	218
Test récapitulatif	221
Postface	223
À propos de l'auteure	225

« Les mots qu'on reçoit, c'est comme des parfums qu'on respire. »
Extrait de la chanson de Francis Cabrel « Il faudra leur dire ».

À ma sœur, à mes grands-parents et à tous ceux qui me sont chers,

À la maison d'édition Dunod, pour sa confiance renouvelée,

*Aux Maisons qui me sollicitent pour l'accompagnement de leurs
équipes : quelle joie de partager ensemble cette exigeante passion de
l'excellence !*

*À vous qui me lisez, puisse cet ouvrage vous inspirer à œuvrer avec
plaisir et émotion dans le voyage des mots, afin d'offrir à vos hôtes une
certaine idée du « savoir-dire à la française ».*

Préface

J'ai rencontré Rachel Chantal alors qu'elle rédigeait les premiers chapitres de cet ouvrage dédié à l'importance du savoir-dire dans l'excellence française. Elle souhaitait échanger avec moi sur les liens entre le Protocole et l'art de recevoir tel qu'il s'offre dans les Maisons de luxe. Le hasard fait souvent bien les choses : notre échange a été passionnant et j'ai souhaité le poursuivre en acceptant sa proposition de préfacer cet ouvrage.

Dans sa pratique quotidienne, le Protocole contribue à la formalisation des activités officielles du chef de l'État. L'une de ses nombreuses missions consiste notamment à accueillir au palais de l'Élysée – d'ailleurs souvent nommé « Première Maison de France » – de hautes personnalités françaises et étrangères reçues par le président de la République pour des entretiens, des réunions au sommet, des déjeuners et des dîners, ainsi qu'à l'occasion de cérémonies officielles telles que les remises de décoration ou la présentation des lettres de créance d'ambassadeurs étrangers. Au regard de ces différentes missions, les mots qu'utilise le Protocole doivent être rares et pesés, car il sait la charge symbolique de sa parole, celle des traditions régaliennes, des préséances, des honneurs et des coutumes qui s'expriment lors de ces événements.

S'appuyant à la fois sur des règles et un héritage précieux de savoir-faire relationnels tels que l'absolue discrétion et l'usage de termes d'adresse appropriés, le Protocole emploie de façon singulière tout un langage qui lui est propre. En effet, il est tout d'abord une grammaire de l'action qui s'applique à formaliser et à scénariser des attitudes et des gestes. Aussi a-t-il recours à une parole dont le simple énoncé permet la réalisation d'une action, d'un engagement, à l'occasion d'une cérémonie publique, de la signature d'un document officiel ou d'une prise de parole. Cette parole, qui fait l'action et le cérémonial, se rapproche de ce que les philosophes du langage appellent la parole performative¹.

1. Le discours performatif de John Austin dans son ouvrage *Quand dire, c'est faire* (Seuil, 1970).

Les mots du Protocole cristallisent des usages et une étiquette. Ils véhiculent des traditions et une symbolique enracinée dans les histoires nationales de chaque pays.

Aussi permet-il non seulement une codification des appellations et des usages, mais aussi la compréhension et le travail de rapprochement de systèmes culturels et symboliques différents. C'est la raison pour laquelle sa mission est confiée à des diplomates ayant la connaissance des langues et des cultures étrangères.

Enfin, le Protocole travaille à l'esthétique des mots et à la symbolique de leur apparence ; la calligraphie des menus et des invitations officielles, la confection des livrets des visites d'État et des programmes officiels offrent également une très belle illustration de l'importance de leur mise en scène.

Le choix des mots est essentiel. Aussi, avec ses règles, son savoir-faire et son langage, le Protocole contribue à l'ordonnancement du régalien, tout en veillant au prestige et à l'excellence des traditions d'accueil, revêtant l'élégance d'une signature dite « à la française ».

Monsieur Frédéric Billet,
Chef du Protocole, introducteur des Ambassadeurs

Remerciements

« *Après vous : cette formule de politesse devrait être la plus belle définition de notre civilisation.* »

Emmanuel Lévinas

À Monsieur Frédéric Billet, chef du Protocole, introducteur des Ambassadeurs, pour l'honneur qu'il me fait par sa préface, exprimant sa réflexion et sa vision de l'importance des règles d'un cérémonial codifié mais aussi de leur évolution et de leur adaptation dans le temps – gage de modernité et de pérennité. Le protocole français demeure un protocole de référence et le palais de l'Élysée, par le prestige de son art de recevoir, continue d'inspirer les plus illustres Maisons de luxe souhaitant offrir l'excellence et l'élégance d'un accueil dit « *à la française* ».

À Monsieur Denis Courtiade, directeur du restaurant *Alain Ducasse au Plaza Athénée*, 3* Michelin, élu Meilleur Maître d'hôtel du monde en 2011, président fondateur de l'association Ô Service-des talents de demain. Au-delà de notre rencontre professionnelle s'est instauré spontanément un lien de reconnaissance mutuelle et d'amitié dont je mesure la valeur. Avec le pétilllement qui le caractérise, il m'a encouragé à m'investir dans ce second ouvrage pour continuer à transmettre, ce qu'il fait dans son métier avec la plus grande générosité, tel un dévoué « passeur de savoir ».

À Monsieur Gilbert Monod de Froideville, Chambellan d'Honneur, ancien Maître des Cérémonies de Sa Majesté, la reine Beatrix des Pays-Bas et directeur de Protocol International. L'enseignement qu'il me prodigua durant ma certification sur l'étiquette et le protocole fut au-delà de mes attentes. En effet, à son expertise technique de ces enjeux s'ajoutèrent la posture, l'esprit et le raffinement nécessaires à l'organisation des événements officiels et privés de la famille royale qu'il servit durant sa longue et prestigieuse carrière, qui se fit aussi au ministère des Affaires étrangères.

Je souhaite également remercier toutes les personnes passionnées rencontrées ainsi que les personnalités ayant contribué si généreusement, car sans elles, un tel ouvrage n'aurait pas été possible. Leurs expertises et anecdotes apportent un éclairage de grande valeur sur l'art du savoir-dire dans le luxe dit « à la française » :

- *Hôtel Barrière Le Fouquet's Paris* : Madame Geraldine Dobey, directeur général.
- *Hôtel de Paris, Monaco* : Monsieur Thierry Revel, chef concierge, président « Clefs d'or » France.
- *Le Bristol Paris* : Monsieur Frédéric Kaiser, directeur du restaurant *Épicure*, 3* Michelin, Meilleur Ouvrier de France 2011, maître d'hôtel, du service et des arts de la table et Madame Sonia Papet, chef concierge « Clefs d'or ».
- *Le Meurice, Paris* : Monsieur Jean Mora, chef concierge adjoint « Clefs d'or ».
- *Le Negresco, Nice* : Monsieur Pierre Bord, directeur général, Monsieur Jacques Lavillette, directeur technique et sécurité, Madame Hélène Seropian, responsable média corporate.
- *Le Ritz Paris* : Madame Estelle Touzet, directrice de la sommellerie.
- *Hôtel Royal Evian* : Monsieur Laurent Roussin, directeur général.
- *InterContinental Marseille-Hôtel Dieu* : Madame Audrey Berr, chef concierge « Clefs d'or ».
- *La Réserve Hotel, Spa and Apartments Paris* : Madame Marie-Fleur Raynard Laude, Directrice Housekeeping Groupe, Meilleur Ouvrier de France 2011.
- *Les Prés d'Eugénie Eugénie-les-Bains* : Monsieur Michel Guérard, auteur et chef triplement étoilé depuis 1977.
- *Maison Dalloyau* : Madame Camille Dujardin, directrice d'exploitation et analyste.
- *Manière & Descamps* : Monsieur Pierre Darmet, directeur.
- *Le Printemps Haussmann, Paris* : Madame Céline Le Grand, responsable relation client.
- *Bibliothèque nationale de France* : Monsieur David Toubalem, chef du service de la sûreté.
- *École hôtelière de Paris CFA Médéric* : Monsieur Jean-François Tostivint, directeur adjoint.
- *Auteur, conférencier et consultant* : Monsieur Gaël Chatelain.
- *Le Journal des Palaces* : Madame Sylvie Leroy, directrice.

Avant-propos

Nous étions faits pour nous rencontrer, Rachel et moi, je crois au destin, vous savez cette force, ce champ magnétique que nous produisons quand nous sommes positifs, bienveillants, altruistes... Aussi, lorsque deux personnes, habitées par les mêmes énergies et les mêmes valeurs, avancent dans une direction identique, avec un objectif similaire, il y a de fortes probabilités pour que leurs chemins de vie se croisent et qu'elles continuent, ensemble, la route vers ce devoir de transmission.

Dans le monde du luxe dans lequel j'évolue chaque jour et depuis des années, l'élégance verbale et rédactionnelle est indispensable. Marque de respect pour nos clients, elle est le signe d'un savoir-vivre indispensable dans tous nos contacts professionnels.

Je me suis donc plongé dans cet ouvrage d'abord avec grande curiosité, puis petit à petit comme on plonge en soi-même : à chaque page j'ai découvert, avec plaisir et émotion, le mot juste qui me manquait parfois pour qualifier mes ressentis professionnels et mes actions. Souvent à la recherche de cette justesse verbale dans l'exercice de mon métier, j'avais déjà beaucoup apprécié le premier opus de Rachel Chantal, *Luxe et Élégance – L'excellence dans la relation client et le management*, que je m'étais empressé d'offrir aux 35 chefs de service de ma Maison de l'avenue Montaigne. Ce second livre m'a nourri de mots comme autant de clés permettant de donner du sens à mes actes. C'est pourquoi je suis donc particulièrement heureux de pouvoir en rédiger l'avant-propos.

Que ce soit dans la relation client, dans celle avec mon équipe de travail, aussi bien que dans la communication externe, je pense que les mots doivent être réellement choisis car ils ne sont jamais anodins : beaux, esthétiques, aiguisés et efficaces, passionnés et pleins de poésie, ils sont toujours des moments de partage avec l'autre. Ils doivent alors s'adapter pour personnaliser la relation.

En tant que président fondateur de l'association Ô Service-des talents de demain, association réunissant des hommes et des femmes des métiers de la salle, professionnels et enseignants, passionnés et investis dans leur rôle de transmission des valeurs de l'excellence, je considère cette notion d'élégance verbale et rédactionnelle comme essentielle dans nos métiers, tout autant lors de l'accueil et du conseil au client, que dans la rédaction de lettres de remerciements, d'invitations ou même de menus. Elle est, à n'en pas douter, l'une des compétences incontournables que doit avoir le maître d'hôtel du XXI^e siècle, mais aussi le formateur ou l'enseignant en école hôtelière. Tel un héritage vivant, cette compétence relationnelle se doit d'être travaillée et améliorée chaque jour, devenant le savoir précieux qu'il nous appartient de transmettre.

L'ouvrage de Rachel Chantal, rédigé avec beaucoup de subtilité, de clarté et de générosité, constitue un appui remarquable dans cette tâche.

Monsieur Denis Courtiade,
Directeur du restaurant Alain Ducasse au Plaza Athénée,
élu Meilleur Maître d'hôtel du monde,
Président fondateur de l'association Ô Service-des talents de demain

Introduction

« *Les langues n'idéalisent pas la même chose :
la langue française idéalise la relation.* »

Alain Bohrer

La langue française porte en elle les coquetteries linguistiques d'un héritage dont le luxe raffole : vouvoiement et expressions courtoises ponctuent l'étiquette des palaces, la correspondance des grandes Maisons s'habille de titres, formules d'appel et de politesse, l'intitulé des cartes de restaurants gastronomiques invite à un voyage des plus gourmands, la poésie présente dans le vocabulaire des joailliers, parfumeurs ou couturiers contribue à la séduction émanant de leurs plus belles créations.

Savoir-dire dans le cérémonial d'accueil et le protocole de vente, savoir-dire de l'étiquette téléphonique, savoir-dire de la correspondance et savoir-dire managérial : cet ouvrage souhaite célébrer les mots usités dans le luxe, soulignant à quel point ils sont constitutifs de l'excellence dite « à la française ». Il espère faire naître ou recréer le plaisir de les offrir aux clients pour les enchanter, ainsi qu'aux équipes pour les faire grandir.

France rime avec élégance. Le savoir-faire se raconte et le savoir-être se met en scène grâce au savoir-dire. C'est pourquoi, dans le luxe, les termes s'embellissent, se poétisent, contribuant grandement à la perception de l'excellence : par ses règles d'étiquette et de protocole, le français regorge d'expressions empreintes d'égards et d'attentions telles que « *je vous en prie* », « *mes hommages* », « *veuillez agréer* » ou « *après vous* » qui seront rappelées dans ce livre pour permettre aux professionnels de parfaire leur savoir-dire en toutes circonstances. Patrimoine vivant, le langage oral et écrit du luxe se distingue par sa créativité et sa singularité. Percevons la délicatesse et le panache de mots choisis, tels que « *sauce Mornay* », une sauce à base de béchamel imaginée en hommage à l'élégance du marquis de Mornay,

« *opéra* » devenu le nom d'un célèbre dessert mais aussi celui d'un collier ou « *dormeuses* », des boucles d'oreilles pouvant se porter la nuit et datant du milieu du XIX^e siècle.

L'art du savoir-dire

Il s'agit bien de s'approprier la langue de l'extraordinaire¹ au sens premier du terme, avec ses règles et son vocabulaire choisis.

Les ambassadeurs du luxe tels que les réceptionnistes, concierges, voituriers, agents de sécurité, chauffeurs, bagagistes, maîtres d'hôtel, portiers, chasseurs, chefs de rang, chefs culinaires, sommeliers, serveurs, valets, femmes de chambre, majordomes, gouvernants, conseillers d'achat, hôtes et hôtesse d'accueil... en connaissent la puissance évocatrice. Avec à propos, par une anecdote charmante ou un terme choisi, ils magnifient l'instant, faisant basculer l'émotion dans le plaisir et l'exceptionnel. Mêlant élégance des mots et gentillesse du cœur, sans familiarité ni obséquiosité, leur accompagnement apparaît aimable et chaleureux, pour le plus grand plaisir de leurs clients.

Ils savent différencier le « *parler quotidien* » que nous avons tous naturellement dans la vie privée, du « *parler luxe* » par lequel ils deviennent metteurs en scène des souvenirs de leurs clients. Partageant cet objectif d'excellence mais n'ayant pas tous le même niveau d'éducation ni, du fait des dizaines de nationalités se côtoyant dans leurs Maisons, la même pratique de la langue française, ces professionnels s'appliquent donc à apprendre de nouvelles expressions, afin de parfaire et d'étoffer leurs réflexes relationnels, de permettre que leurs mots, véritables écrins d'émotion, soient plus joliment choisis durant les cérémoniaux d'accueil et les protocoles de vente.

Cérémonial, protocole... ces mots préfigurent la démarche des ambassadeurs du luxe : il s'agit de suivre certaines règles d'élégance pour célébrer ceux que l'on reçoit. Car pourrait-on encore qualifier de « luxe » un établissement où les expressions suivantes se succéderaient, des termes banalisant littéralement l'expérience d'un client emporté dans un flot de familiarités, d'anglicismes ou d'ordres tels que : « *allô!* », « *messieurs, dames, bonjour* », « *d'accord* », « *suivez-moi* », « *je vous laisse vous installer* », « *pas de souci* », « *pas de problème* », « *on s'occupe de vous?* », « *c'est pour un rendu?* », « *je vous ramène la carte?* », « *OK* », « *c'est pour un check-out?* », « *vous*

1. Extraordinaire : d'après le dictionnaire Larousse, signifie « qui sort de l'usage ordinaire ».

voulez essayer autre chose ? », « je n'ai plus rien en stock », « bougez pas, ma collègue arrive », « ça va, c'est bon ? », « vous avez besoin d'autre chose ? », « d'accord », « il n'y a pas de quoi », « ne me remerciez pas, je suis payé pour ça », « faites-nous un e-mail », « vous patientez deux petites minutes ? », « allez voir mon collègue, il saura quoi faire », « ça sera tout ? », « c'est pour quoi ? », « quelle heure pour votre réveil ? », « venez ! », « un p'tit dessert pour finir ? », « le spa, j'écoute », « on est désolé », « il reste une junior suite ou une standard », « on a du bar ou du saumon », « vous voulez quoi ? », « je vous laisse aller aux ascenseurs », « de rien », « vous êtes qui ? », « je serai off demain », « on n'a pas ça ici », « ne raccrochez pas », « vérifiez et signez là », « vous payez comment, carte ou espèces ? », etc.

L'excellence française s'est construite avec l'élégance de sa langue. Laisser ces maladresses prendre le dessus sonnerait la perte d'une de ses plus grandes signatures, celle du savoir-dire.

L'excellence verbale doit-elle être à la mode ?

D'aucuns observent que la familiarité s'est immiscée à tous les niveaux de la société, les entreprises constatant qu'elle se retrouve parfois exprimée par les salariés entre eux, en présence de clients. Dans ce contexte, il est apparu pertinent de s'interroger sur la place des mots dans l'art de recevoir et les moyens d'en conserver l'excellence.

Si son impact dans la communication institutionnelle a toujours été considéré comme stratégique pour les entreprises du luxe, son rôle dans l'excellence relationnelle offerte aux clients et aux équipes est apparu plus notable ces dernières années, plaçant le vocabulaire au cœur de la réflexion de ses acteurs.

Deux raisons principales motivent cet intérêt : la première est l'appauvrissement de la langue française constaté par des experts tels que le linguiste Alain Bentolila¹, qui alarme sur le fait que pour la grande majorité des Français, la pratique de la langue est basée sur un lexique sensiblement

1. Alain Bentolila : linguiste français, professeur à l'université Paris Descartes, auteur d'une vingtaine d'ouvrages dont *De l'illettrisme en général et de l'école en particulier* (Plon, 1996) pour lequel il a obtenu le grand prix de l'Académie française. Officier des arts et des lettres, chevalier des Palmes académiques, chevalier de la Légion d'honneur et officier de l'ordre du mérite national, il est également Docteur *honoris causa* de l'université catholique de Paris. En 2015, Alain Bentolila constate que « le vocabulaire se rétrécit ».

diminué¹ car passé en peu de temps de 12 000 à 5 000 mots. Les exemples des conséquences de cette déperdition de vocabulaire abondent au quotidien. La seconde raison émane des clients eux-mêmes : même si la plus grande majorité demeure en attente de propos empreints de courtoisie et d'imaginaire, la « mode » est à la décontraction et il arrive que certains réclament qu'on les tutoie, mettant sans le vouloir les équipes qui les reçoivent dans un certain inconfort et pouvant occasionner des maladroites verbales.

Jusqu'où peut-on aller en tant que professionnel de l'excellence ? Les mots du quotidien sont un héritage culturel et ceux du luxe font partie du patrimoine français. Mots de courtoisie et de politesse ainsi que termes issus des différents métiers tels que la gastronomie, joaillerie, maroquinerie, hôtellerie... ponctuent l'art de la relation avec les clients. Il appartient aux professionnels de veiller à ce qu'ils ne disparaissent pas dans le tourbillon simplificateur de la société actuelle et de ses effets de mode.

Madame Chanel aimait rappeler que « *la mode passe, mais l'élégance demeure* ».

Serait-ce là le destin espéré du savoir-dire français ? Qu'il puisse demeurer contemporain tout en conservant farouchement les codes de son identité ? Les grandes Maisons souhaitant préserver la signature relationnelle française montrent la voie, créant pour leurs équipes des outils concrets, accompagnés de formations sur-mesure à l'élégance verbale et rédactionnelle, maintenant ainsi les réflexes de l'excellence attendue dans ces lieux de prestige.

« À la française »

Ces trois mots portent en eux la puissante évocation d'un héritage et de sa continuité nécessaire, afin d'en conserver la singularité aux yeux du monde.

Ne dit-on pas « *luxe à la française* » pour définir un certain art de vivre et le plus haut degré de raffinement de l'artisanat ? Les visiteurs de la France, qu'ils soient de hautes personnalités reçues au palais de l'Élysée ou des clients

1. Pour parler le français, le lexique moyen est passé de 12 000 à 5 000 mots. En comparaison, celui des Américains est aujourd'hui d'environ 3 000 mots. 10 % des Français utiliseraient moins de 500 mots quotidiennement. D'après les recherches menées par Marco Catani en 2013 et relayées par Business Insider, la génération « Ipad » disposera d'un vocabulaire plus limité par rapport aux générations précédentes.