

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Тексти та практичні завдання**  
**з навчальної дисципліни**  
**"ІНОЗЕМНА МОВА"**  
**для студентів 3 – 4 курсів**  
**усіх напрямів підготовки**  
**всіх форм навчання**

**Харків. Вид. ХНЕУ, 2013**

Затверджено на засіданні кафедри іноземних мов та перекладу.  
Протокол № 12 від 11.04.2011 р.

**Укладач** Безугла І. В.

Т30        Тексти та практичні завдання з навчальної дисципліни "Іноземна мова" для студентів 3 – 4 курсів усіх напрямів підготовки всіх форм навчання / укл. І. В. Безугла. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. – 32 с. (Укр. мов., фр. мов.)

Наведено тексти та завдання, за допомогою яких студенти можуть покращити рівень володіння французькою мовою та отримати додаткові знання з ділової французької мови.

Рекомендовано для студентів усіх напрямів підготовки всіх форм навчання.

## Вступ

Практика залучення українських фахівців до участі в міжнародних проектах, перспективи зростання необхідності міжнародної комунікації в бізнес-середовищі вимагають від майбутніх економістів вільного володіння іноземною мовою як у сфері повсякденного спілкування, так і в галузі відповідного фаху, оскільки загальновідомо, що від якості професійної комунікації значною мірою залежить успішність діяльності.

Навчання іноземній мові у Харківському національному економічному університеті носить як комунікативно орієнтований, так і професійно направлений характер. Його завдання визначаються комунікативними і пізнавальними потребами фахівців відповідного профілю, а також мають за мету надати можливість набуття комунікативної компетентності, рівень якої на окремих етапах мовної підготовки дозволяє використовувати іноземну мову практично як у професійній діяльності, так і з метою самоосвіти.

Ця робота складається з 4 розділів, кожний з яких містить автентичний документ (текст) із французьких видань, завдання, що мають на меті вивчення та повторення студентами лексичного матеріалу за тематикою розділу й формування навичок перекладу та розуміння тексту професійної спрямованості.

Методичні рекомендації призначені для студентів, які вже мають базові знання з ділової французької мови і продовжують поглиблювати їх. Вони розроблені з метою вдосконалення мовленнєвих навичок та розширення лексичного запасу з французької мови, поглиблення знань у сфері туризму.

У процесі засвоєння матеріалу розділів у студентів мають формуватися вміння висловлювати свої думки, вдосконалюватися навички обговорення професійних проблем, що пов'язані з тематикою дисципліни. Завдання розроблені на основі поетапного засвоєння знань, це дає студентам можливість засвоювати, а викладачу – перевіряти матеріал.

## Dossier N°1. Les métiers du tourisme

### Objectifs généraux du Dossier n°1 :

- identifier les professionnels du tourisme, leurs tâches, leurs prestations ;
- définir les qualités et compétences requises pour exercer les différentes fonctions ;
- identifier les secteurs du tourisme et les organismes et professions qui y sont liés

### Vocabulaire à retenir

Métiers	Lieux	Types de tourisme
Un/une réceptionniste	Un club de vacances	Le tourisme émetteur
Une gouvernante	Une agence de voyages	Le tourisme récepteur
Un serveur	La réception	<b>Activités</b>
Une hôtesse de l'air	Un comptoir	Une dégustation
Un agent d'information	Un guichet	Une excursion
Un agent de comptoir	Un restaurant	<b>Déplacements et transports</b>
Un maître d'hôtel	gastronomique	Le check-in
Une animatrice	La cave	L'enregistrement
Un/une standardiste	Une station de ski	Les horaires
Une hôtesse d'accueil	<b>Secteurs</b>	Un vol
Un agent de réservation	La promotion	Une destination
Un vendeur	La conception	Une escale
Un steward	La commercialisation	Un déplacement
Un bagagiste	L'accueil	Un séjour
Un voiturier	L'animation	Une liaison aérienne
Un/une gestionnaire	<b>Acteurs</b>	<b>Autres</b>
Un directeur des ressources humaines (DRH)	Un tour-opérateur (T. O.)	Une réclamation
Un agent d'accueil	Un voyageur	Une coupure
Un chargé de promotion	Un touriste potentiel	La gastronomie
Un responsable des marchés étrangers	Une agence distributrice	Saisonnier
Un/une forfaitiste	Une agence émettrice	Une prestation
Un/une billettiste	Une agence de réceptif	Un service
Un/une Concierge	Une agence virtuelle	Le potentiel touristique
Un agent réceptif	Un organisme de promotion touristique	Fidéliser
Un autocariste	Un office de tourisme (O. T.)	Le terrain
Un personnel navigant commercial (PNC)	Un syndicat d'initiative (S. I.)	En plein air
Un chef de cabine	<b>Logement</b>	Négociateur
Un prestataire (de service)	L'hébergement	<b>Questions d'argent</b>
	Le standing	L'encaissement
	Le service étage	Le chiffre d'affaires
	L'hôtellerie de prestige	

## 1. Etudiez le texte, lisez-le et traduisez.

Quand on parle du domaine touristique, on peut distinguer au moins cinq types de métiers différents.

**D'abord**, les métiers de la promotion : le secteur de la promotion est celui qui consiste à susciter, chez les touristes potentiels, l'envie de voyager dans tel ou tel endroit, de dormir dans tel ou tel hôtel, d'utiliser telle ou telle compagnie aérienne par exemple. On peut dire que tous les professionnels du tourisme ont recours à la promotion.

Une grande diversité de postes est concernée avec des niveaux de responsabilité différents. Cela va de l'agent d'accueil dans un office de tourisme au chargé de promotion ou encore au responsable des marchés étrangers pour une ville, une région ou un pays. Tous doivent connaître le potentiel touristique de leur territoire pour informer, persuader et fidéliser les différentes clientèles.

**Le deuxième type** de métiers liés au tourisme est le domaine de la conception : il s'agit de créer des produits touristiques adaptés aux besoins de la clientèle ou d'anticiper ces besoins. La conception de produits touristiques est du ressort des tour-opérateurs que l'on appelle aussi voyagistes. Les concepteurs quant à eux s'appellent chefs de produit ou forfaitistes. Ils créent en effet des forfaits touristiques, à savoir des voyages organisés avec transport, hébergement, repas, visites et animation. Ces fonctions nécessitent un grand sens de l'organisation et de la négociation ainsi que de la créativité.

Vient ensuite **un troisième type** de métiers : ceux de la commercialisation : il s'agit là de vendre les produits touristiques qui ont été créés par les tour-opérateurs. Cela se fait en général dans une agence de voyages. Tous ces métiers, qu'il s'agisse de celui d'agent de comptoir, d'agent de réservation ou de billettiste, demandent le goût du contact, l'autonomie, le sens de l'organisation et du commerce ainsi que la connaissance de l'outil informatique et une aisance au téléphone.

**Le quatrième type** de métiers concerne l'accueil des touristes : c'est un domaine très important car c'est au moment de l'accueil que se constitue la première impression qui est décisive. Par exemple, si un client entre dans une agence de voyages et a l'impression d'être mal reçu, il y a peu à espérer qu'il achète. Les professionnels de l'accueil sont présents à tous les niveaux : à l'aéroport, il y a des agents d'informations ou d'accueil ; dans l'avion, vous

avez les hôtesse de l'air et stewards ; à l'hôtel il y a le concierge, le réceptionniste, etc. ; au restaurant, vous avez les serveurs et le maître d'hôtel, etc.

**Et enfin**, il y a les métiers de l'animation : les professionnels de l'animation sont chargés d'agrémenter le voyage des touristes et de veiller à son bon déroulement. C'est le travail, par exemple, des agents réceptifs ou représentants locaux d'un voyageur, des guides ou, dans les clubs de vacances, des animateurs ou des moniteurs sportifs.

Enfin, bien d'autres secteurs professionnels dépendent de l'activité touristique. Citons par exemple le secteur de l'hôtellerie ou de la restauration, des transports (ex. : les autocaristes pour les transports routiers), les compagnies d'assurance et d'assistance, les éditeurs de cartes et de guides touristiques, les magasins hors taxes et certains spectacles réservés à une clientèle touristique.

## **2. Répondez aux questions qui suivent.**

1. Combien de types de métiers différents liés au tourisme peut-on distinguer ? Lesquels ?
2. A quoi consiste la promotion touristique ?
3. Qu'est-ce que les professionnels de la promotion doivent savoir faire ?
4. Qu'est-ce qu'un forfait touristique ?
5. Quel domaine d'activité regroupe les métiers de la vente ?
6. Pourquoi dit-on que l'accueil est-il important ?

## **3. Trouvez les mots qui manquent (utilisez le texte s'il le faut).**

1. On peut distinguer \_\_\_\_\_ types de métiers différents liés au tourisme : les métiers de la \_\_\_\_\_, de la \_\_\_\_\_, de la \_\_\_\_\_, de l'\_\_\_\_\_ et de l'\_\_\_\_\_.

2. Les professionnels de la promotion doivent " connaître le \_\_\_\_\_ touristique de leur territoire pour \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ et \_\_\_\_\_ les différentes clientèles ".

3. Les tour-opérateurs s'inscrivent dans le domaine de la \_\_\_\_\_ de produits touristiques.

4. Un forfait touristique est " un \_\_\_\_\_ organisé avec transport, \_\_\_\_\_, repas, visites et animation ".

5. Les métiers de la vente nécessitent " le \_\_\_\_\_, l'autonomie, le \_\_\_\_\_ et du commerce ainsi que la connaissance de l'outil informatique et une aisance au téléphone ".

6. L'accueil est très important parce que " c'est au moment de l'accueil que se constitue la \_\_\_\_\_ qui est décisive ".

7. Les guides touristiques travaillent dans le domaine de l'\_\_\_\_\_.

**4. Remplissez le tableau de conceptualisation, utilisez les infos du texte et la listes des qualités requises à exercer des métiers correspondants.**

Domaine	Exemples de métiers	Tâches / Savoir-faire	Qualités requises*
Promotion	...	Susciter chez les touristes potentiels l'envie de voyager dans tel ou tel endroit... Informé, persuader et fidéliser les différentes clientèles	...
Conception	...	Créer des produits touristiques adaptés aux besoins de la clientèle. Anticiper ces besoins	...
Vente	...	Vendre les produits touristiques qui ont été créés par les T. O.	...
Accueil	...	Accueillir les touristes	...
Animation	...	Agrémenter le voyage des touristes et veiller à son bon déroulement	...

*\*Liste des qualités requises :*

Avoir une bonne présentation

Avoir une bonne culture générale

Avoir le sens de l'organisation et du commerce  
Bien connaître l'outil informatique  
Parler des langues étrangères  
Connaître le terrain et les prestataires locaux  
Connaître le potentiel touristique de la région  
Etre organisé et savoir négocier  
Etre créatif / inventif  
Etre autonome  
Etre sociable  
Etre disponible  
Etre à l'aise au téléphone  
Savoir gérer des situations inattendues

**5. Répondez aux questions (soulignez la réponse correcte), puis vérifiez vos réponses à l'aide du micro-texte ci-dessous.**

Question 1. Pour travailler dans le domaine touristique, notamment en agence de voyages, il faut toujours :

être à la page	être souriant
être à la mode	être patient
être à l'écoute des clients	être au courant
être en état de veille	être rassuré
avoir réponse à tout	paraître sûr de soi

Question 2. Vrai ou Faux ?

1. Le tourisme est un secteur qui évolue sans arrêt.

Vrai                      Faux

2. Les clients recherchent toujours la même chose.

Vrai                      Faux

3. Les professionnels du tourisme doivent être au courant de toutes les nouveautés.

Vrai                      Faux

4. Il faut toujours rassurer les clients.

Vrai                      Faux



" Donc le tourisme, c'est un secteur très dynamique dans lequel il faut toujours être à la page si quelque chose de nouveau se crée, s'il y a de nouvelles activités, un nouvel hôtel, si un restaurant propose des cours de cuisine ou des visites de marché, il faut toujours être en état de veille et être au courant de ce qui se fait parce que globalement la demande internationale évolue beaucoup et les clients sont de plus en plus en recherche de choses particulières. Et si jamais le client a entendu parler de quelque chose dont vous n'êtes pas au courant, bah, c'est toujours mauvais signe... Il faut surtout en agence parce qu'on est face au client, il faut toujours avoir réponse à tout parce que souvent les clients du tourisme ont toujours besoin d'être rassurés dans la mesure où, comme ils ne sont pas chez eux, ils ont souvent peur que les liaisons aériennes ne marchent pas ou quoi que ce soit. Donc il faut toujours paraître sûr de soi parce que le client attend de vous que vous sachiez tout sur le pays et que vous le rassuriez parce que lui ne sait rien justement et a souvent assez peur des choses qu'il ne connaît pas "

## **6. Dites si les affirmations suivantes sont vraies ou fausses.**

1. Dans une agence de voyages, le moniteur renseigne sur les horaires de départ à destination de l'étranger.

Vrai                      Faux

2. Quand on arrive avec sa voiture devant un hôtel, on donne les clefs au voiturier.

Vrai                      Faux

3. Dans le hall de l'hôtel, le concierge accueille le groupe de touristes.

Vrai                      Faux

4. Au bistrot, l'agent de voyages sert le café avec un verre d'eau.

Vrai                      Faux

5. La gouvernante supervise la propreté des chambres dans un hôtel.

Vrai                      Faux

6. Dans un club de vacances, les animateurs sont responsables des activités sportives.

Vrai                      Faux

7. L'hôtesse de l'air fait le ménage des chambres.

Vrai                      Faux

8. Le maître d'hôtel dirige les employés des grands hôtels.

Vrai                      Faux

9. Le réceptionniste s'occupe de l'accueil des clients.

Vrai                      Faux

10. Dans une agence de voyages, c'est le billettiste qui est chargé de vendre des titres de transport.

Vrai

Faux

### Quelques définitions à retenir

**Agence de voyages** – entreprise touristique qui propose des services à ses clients (réservation et vente de titres de transport, de séjours touristiques...). On distingue :

- les **agences distributrices** chargées de vendre des prestations touristiques comme des titres de transport, des séjours ou des locations de voiture par exemple ;

- les **agences émettrices** chargées d'organiser le départ des passagers vers une destination étrangère. (Elles s'opposent en ce sens aux agences réceptrices) ;

- les **agences réceptives** chargées de l'accueil de touristes et d'organiser les déplacements, la restauration, etc. ;

- les **agences virtuelles** (ou **agences en ligne**) qui vendent leurs produits touristiques sur Internet uniquement.

**Tour opérateur** (T. O.) / **voyagiste** – agence de voyages qui produit des forfaits touristiques (ensembles de prestations touristiques proposés à un prix fixe : transport, hébergement, restauration, animations et excursions).

**Organisme de promotion touristique** – terme générique pour les lieux d'accueil des visiteurs et de promotion du tourisme local tels que les **offices du tourisme** (OT) et les **syndicats d'initiative** (SI).

**7. A partir des définitions ci-dessus et de vos connaissances sur les métiers du tourisme, mettez en relation les personnes ou entreprises suivantes avec la description de leurs tâches.**

<i>Qui sont-ils ?</i>	<i>Que font-ils ?</i>
Un billettiste	<ul style="list-style-type: none"><li>• Il vend des titres de transport.</li><li>• Elle vend des billets et des forfaits.</li><li>• Il fabrique des séjours touristiques.</li><li>• Elle accueille les touristes et organise leur séjour sur place.</li><li>• Il vend des produits touristiques dans une agence de voyages</li></ul>
Une agence distributrice	
Un voyageur ou T. O.	
Une agence de réceptif	
Un agent de comptoir	

## Dossier N°2. Les types de tourisme

### Objectifs généraux du Dossier n°2 :

- connaître et identifier les différents types de touristes, afin de pouvoir adapter un itinéraire à un type de public spécifique, et réaliser une promotion touristique s'adressant à un public le plus large possible ;
- réfléchir aux moyens de développer certains secteurs, etc.

### Vocabulaire à retenir

Types de tourisme	Lieux	Activités
Un voyage d'agrément	Un monument	La planche à voile
Un voyage professionnel	Un édifice	Un festival
Un voyage individuel	Un château	Une expédition
Un voyage en groupe	Un musée	La méditation
Un voyage de noces	Une église	Le canoë-kayak
Un tour organisé	Une abbaye	L'escalade
Le naturisme	Un manoir	Une croisière
La remise en forme	Une cathédrale	Les sports aériens
Le tourisme urbain	Une chapelle	Les sports nautiques
Le tourisme culturel	Un village de vacances	Les sports d'eau vive
Le tourisme religieux	Un centre naturiste	La voile
Le tourisme familial	Un centre de remise en forme	Le VTT
Le tourisme gastronomique	Un vignoble	L'équitation
Le tourisme vert	L'outre-mer	Le parapente
Le tourisme montagnard	Le littoral	Le deltaplane
Le tourisme littoral	La métropole	Le tir à l'arc
Le tourisme sportif	Les DOM-TOM	Le thermalisme
Le tourisme rural	Une station balnéaire	La thalassothérapie
Le tourisme blanc	Un port de plaisance	L'écotourisme
Le tourisme bleu	Une station de sports d'hiver	Le trekking
Le tourisme d'affaires	Une station thermale	<b>Autres</b>
Le tourisme ludique	Un centre de thalassothérapie	Le tourisme
Le tourisme événementiel	<b>Acteurs</b>	Les loisirs
L'écotourisme	Un voyageur à petit budget	Le patrimoine
Un séjour linguistique	<b>Activités</b>	L'artisanat
Le tourisme équitable	La détente	Rural / Urbain
Prestataire (de service)	L'aventure	Une ambiance
<b>Logement</b>	Le dépaysement	Un paysage
Un lodge	Sortir des sentiers battus	Le bien être
Un éco-lodge	Une randonnée	Une gamme d'activités
	Le rafting	La rhumatologie

**1. Observez les documents suivants. A votre avis, où peut-on trouver de tels documents ? Quel est leur objectif ?**

<p><b>Tourisme religieux</b> Monastères, abbayes, cathédrales, églises, chapelles. Les édifices du patrimoine religieux proposent une approche de l'évolution religieuse et architecturale en France.</p>	<p><b>Patrimoine culturel</b> Contraste des paysages, multitude des traditions, variété des parlers. 40 000 monuments dont 10 000 châteaux, abbayes et manoirs, 6 000 musées, 1 000 festivals.</p>
<p><b>Tourisme en ville</b> Visitez les grandes villes de France ! Partez à la découverte d'une des villes de France, et vivez un séjour riche en émotions.</p>	<p><b>Nature</b> Du nord au sud et de l'est à l'ouest, l'espace rural recouvre 80 % du territoire. Tout n'est que contraste et invitation à la découverte.</p>
<p><b>Montagnes</b> Avec des pays de montagne qui occupent le cinquième du territoire français, la France promet le plus bel éclectisme.</p>	<p><b>Villages de Vacances</b> Partez à la rencontre du passé, du présent et de l'avenir de la France au travers de son histoire industrielle et de ses traditions artisanales.</p>
<p><b>Outre-mer</b> Imaginez des petits bouts de France éparpillés à travers l'océan Atlantique, l'océan Indien et le Pacifique Sud. La France des 3 océans, c'est ce subtil et délicieux mélange de tropiques.</p>	<p><b>Naturisme</b> Envie de vivre en harmonie avec la nature ? De passer des vacances dans le respect des autres ? Laissez vos idées reçues au vestiaire et venez passer vos vacances dans un centre naturiste français.</p>
<p><b>Art de vivre</b> Bienvenue dans les vignobles de France ! Découvrez les régions qui produisent les vins que vous aimez.</p>	<p><b>Littoral</b> La France, avec plus de 5 500 km de côtes, affiche des paysages et des ambiances aussi variés que dépaysants.</p>
<p><b>Remise en forme</b> Envie de s'échapper du stress de la vie quotidienne ? Besoin de se sentir revivre ? Retrouvez bien être et repos dans nos centres français de remise en forme.</p>	<p><b>Golf</b> En France, il y a plus de 500 golfs et l'on en dessine encore ! Et tous invitent au plaisir de jouer et à la découverte de l'art de vivre en France.</p>

**2. En vous référant aux documents ci-dessus, choisissez le type de séjour qui conviendrait le mieux à chaque situation.**

1. Ex. : Montagnes. " Moi, je trouve que les vacances, c'est pour se détendre et faire des choses que l'on n'a jamais le temps de faire quand on travaille. Et pour se détendre, quoi de mieux que les grands espaces, les randonnées en montagne, l'air pur, l'absence de bruit, etc. ? Ah, ça, c'est le bonheur ! "

2. \_\_\_\_\_ " Je profite toujours de mes vacances pour me refaire une santé. Massages, piscine, sauna, repas équilibré... Je pense que c'est vraiment nécessaire quand on travaille beaucoup dans un environnement stressant ! "

3. \_\_\_\_\_ " Quand je travaille, le midi, j'ai à peine le temps d'avaler un sandwich, et le soir, je suis trop fatiguée pour me faire à dîner. Alors, en vacances, j'en profite pour bien manger et surtout, bien boire ! "

4. \_\_\_\_\_ " Moi, ce que j'aime, c'est pouvoir être en contact total avec la nature. Je travaille à Paris, et vous avouerez que pour profiter de la nature, ce n'est pas le meilleur endroit ! Quand j'étais petit, j'allais en vacances au Cap d'Agde avec mes parents. C'est là que j'ai découvert le bonheur de vivre dans le plus simple élément, sans superflu, sans vêtements, sans fausse pudeur... "

5. \_\_\_\_\_ " Moi, je trouve que la France est un très beau pays. J'adore ses villages, ses paysages, la nature qui se transforme d'une région à une autre. J'aime regarder les agriculteurs qui travaillent dans les champs. Quand je suis en vacances, en général, je prends ma voiture et je pars à la découverte de la campagne. L'année dernière, on a fait le tour du Périgord, c'est vraiment super ! "

6. \_\_\_\_\_ " Pour moi les vacances, c'est pouvoir flâner dans les rues d'une ville inconnue, faire du shopping dans de grands centres commerciaux, sortir le soir, aller dans de bons restaurants, regarder les gens s'activer dans les rues... C'est très agréable de voir les autres travailler quand on est en vacances, non ? C'est comme ça qu'on se rend compte de notre chance ! "

7. \_\_\_\_\_ " Mes enfants et moi, on adore nager et jouer sur la plage. Mon mari, lui, adore la planche à voile et les sports nautiques en général. Et puis, le soir, on aime aller manger des fruits de mer dans un petit restaurant. Il y a toujours une vraie ambiance de vacances ! "

8. \_\_\_\_\_ " Pour nous, partir en vacances, c'est toujours une vraie expédition ! Nous avons 5 enfants qui ont entre 1 et 9 ans, alors c'est du travail ! En général, nous allons dans des endroits où il y a beaucoup d'activités pour les jeunes. Ils sont pris en charge pour quelques heures. Pendant ce temps, avec mon mari, nous pouvons visiter les environs... "

9. \_\_\_\_\_ " Un peu de sport pendant les vacances, oui, mais à condition de ne pas rester enfermé ! Les vacances, c'est pour respirer ! J'adore partir avec un groupe d'amis, jouer au golf, bien manger, bien boire, le tout dans une ambiance chic, mais décontractée ! "

10. \_\_\_\_\_ " Moi, j'aime apprendre, comprendre, et sentir qu'un lieu a une histoire. Je visite beaucoup de monuments anciens, de sites historiques, de musées. C'est important de conserver les traces du passé et de les maintenir en vie d'une manière ou d'une autre... "

11. \_\_\_\_\_ " Moi, j'adore la France, mais on oublie souvent que la France, ce n'est pas seulement la métropole. Il y a aussi les DOM-TOM que les Français de métropole ont tendance à négliger. Pourtant, il y a là-bas de véritables merveilles, des plages de rêve, une nature magnifique et une ambiance très chaleureuse... "

12. \_\_\_\_\_ " Ma famille et moi, on profite toujours de nos vacances pour nous ressourcer, réfléchir et prier. Nous aimons visiter des édifices religieux pour l'ambiance qu'il y règne, mais aussi parce que c'est très beau... "

**3. La liste ci-dessous présente d'autres catégories de tourisme. Faites correspondre les thèmes des voyages aux types de tourisme.**

Thème de voyage	Type de tourisme
1	2
1. Séjour méditation de 10 jours dans un monastère à Paksé	a) tourisme vert
2. Une semaine à Vienne à l'occasion du Nouvel An	b) tourisme blanc
3. Participation au Sommet International de la Francophonie	c) tourisme bleu
4. Séjour rafting, canoë-kayak et escalade de 5 jours	d) tourisme événementiel

1	2
5. Une semaine de ski à Courchevel	e) tourisme religieux
6. Un week-end à Eurodisney	f) tourisme culturel
7. Un voyage santé-beauté pour elle et lui	g) tourisme d'affaires
8. Dix jours à Koh Samui en Thaïlande	h) tourisme sportif
9. Une croisière sur le Danube	i) tourisme de santé
10. Quatre jours dans le parc national Askaniya Nova	j) tourisme senior
11. Séjour spécial Coupe du Monde : ne manquez aucun match de l'équipe de France !	k) tourisme ludique

#### 4. Lisez le texte et répondez ensuite aux questions, justifiez.

**Le tourisme bleu.** Pendant longtemps, le littoral était un monde étrange et hostile. Au fil du temps cependant, cette vision a évolué et on a commencé à attribuer des vertus médicales au milieu marin. Au XIXe siècle, un grand nombre de Britanniques, ainsi que des Parisiens fortunés, investit dans l'immobilier sur le littoral français ; de prestigieuses stations balnéaires voient le jour : Le Touquet, Arcachon, Biarritz ainsi que, et toujours sous influence anglaise, Cannes et Nice.

Le perfectionnement des transports et l'apparition des congés payés en France en 1936 ont accéléré cette tendance, à tel point qu'aujourd'hui, le littoral français est l'un des secteurs majeurs de l'industrie touristique, et la première destination touristique. Pratiquement tous les Français (99 %) sont déjà allés au moins une fois dans leur vie au bord de la mer. L'hiver, le littoral reste la troisième destination de vacances des Français derrière la campagne et la montagne.

La France présente 5 500 km de côtes et compte 200 stations balnéaires. Pour les adeptes de la voile ou du bateau en général, le littoral compte près de 300 ports dont 200 de plaisance. Les séjours sur le littoral métropolitain concernent 3 départs en vacances sur 10. Pour près de la moitié des Français, les séjours sur le littoral sont l'occasion de se reposer sans pratiquer d'activité particulière : la plage, le sable, la mer et le soleil suffisent à les rendre heureux.

**Le tourisme montagnard.** L'espace montagnard français couvre environ 1/5 du territoire. La France occupe la première place en Europe pour

la surface skiable (devant l'Italie, l'Autriche et la Suisse). Elle compte environ 350 stations de sports d'hiver. L'image de la montagne est synonyme de nature pour 49 % des Français, de détente pour 38 %, de beauté pour 34 %, de santé pour 31 % et d'effort pour 12 %.

Si un Français sur trois prend des vacances d'hiver, seul un sur quinze se rend dans une station de sports d'hiver. Les écarts entre les catégories sociales sont très marqués : les cadres sont douze fois plus nombreux à partir que les ouvriers non qualifiés, et trois fois plus que les employés.

En été, la montagne offre une gamme diversifiée d'activités : tennis, VTT, équitation, escalade, randonnée, sports aériens (parapente, deltaplane), sports de tir (tir à l'arc), sports d'eau vive (rafting, canyoning), remise en forme.

Parmi les types de destination des Français pour leurs vacances d'été, la montagne, qui ne représente que 15 % des séjours, arrive en quatrième position après la mer (37 %), la campagne (34 %) et la ville (25 %).

**Le tourisme de sante.** Le thermalisme français représente un important patrimoine. La France compte 94 stations thermales fréquentées par 550 000 curistes par an. Les stations thermales sont spécialisées en fonction " d'orientations thérapeutiques spécifiques ". La rhumatologie regroupe 60 % des curistes, le traitement des voies respiratoires représente 20 % de l'activité thermique.

Les hommes représentent 41 % des curistes et les femmes 59 %. Cette surreprésentation des femmes touche surtout la tranche d'âge 60 – 65 ans. La clientèle du troisième âge (plus de 65 ans) représente 25 % des curistes.

Durant ces dernières années, le milieu thermal a été amené à se repositionner sur le secteur de la remise en forme. La France regroupe aujourd'hui 44 centres de thalasso thérapie.

Malgré ses qualités reconnues, la thalasso thérapie française doit faire face à une concurrence étrangère de plus en plus vive. L'émergence des destinations méditerranéennes (Tunisie par exemple), qui proposent un concept similaire à un prix moins élevé, constitue une menace réelle pour l'offre française.

La clientèle de ces centres de remise en forme est principalement française (90 %), urbaine (Paris représente 40 % de la clientèle) et de plus en plus jeune et masculine : les jeunes urbains disposant d'un bon pouvoir d'achat se soucient de préserver leur capital-santé face à des conditions de vie et de travail stressantes.



### Questions :

1. C'est au XIXe siècle que le littoral français a commencé à se développer et à s'ouvrir au tourisme.

Vrai                      Faux                      Le texte ne le précise pas

2. Presque tous les Français passent leurs vacances au bord de la mer.

Vrai                      Faux                      Le texte ne le précise pas

3. Le tourisme bleu est le type de tourisme préféré des Français été comme hiver.

Vrai                      Faux                      Le texte ne le précise pas

4. Près de 50 % des touristes français vont sur le littoral pour y faire de la voile ou du bateau en général.

Vrai                      Faux                      Le texte ne le précise pas

5. La France est la première destination touristique mondiale des amateurs de ski.

Vrai                      Faux                      Le texte ne le précise pas

6. Il y a plus de pistes de ski en France qu'en Suisse.

Vrai                      Faux                      Le texte ne le précise pas

7. Près de la moitié des Français pense que la montagne est synonyme de nature, de beauté, de détente et de santé.

Vrai                      Faux                      Le texte ne le précise pas

8. Environ 30 % des Français passent leurs vacances aux sports d'hiver.

Vrai                      Faux                      Le texte ne le précise pas

9. L'été, la montagne est la quatrième destination touristique des Français.

Vrai                      Faux                      Le texte ne le précise pas

10. Il y a plus de cadres que d'ouvriers non qualifiés qui vont aux sports d'hiver, mais il y a moins de cadres que d'employés.

Vrai                      Faux                      Le texte ne le précise pas

11. L'été, il n'y a rien à faire à la montagne parce qu'il n'y a plus de neige.

Vrai                      Faux                      Le texte ne le précise pas

12. Un curiste est une personne qui séjourne dans une station thermale dans le but de se soigner de certains maux.

Vrai                      Faux                      Le texte ne le précise pas

13. La plupart des curistes souffrent de rhumatismes.

Vrai                      Faux                      Le texte ne le précise pas

14. Parmi les curistes, il y a plus de femmes que d'hommes.

Vrai

Faux

Le texte ne le précise pas

15. La clientèle des stations thermales est principalement retraitée.

Vrai

Faux

Le texte ne le précise pas

16. Parmi les 94 stations thermales françaises, 44 sont des centres de thalassothérapie.

Vrai

Faux

Le texte ne le précise pas

17. Le marché de la remise en forme français est en proie à une concurrence étrangère de plus en plus forte.

Vrai

Faux

Le texte ne le précise pas

18. La clientèle de ces centres est la même que celle des stations thermales.

Vrai

Faux

Le texte ne le précise pas

### **5. Questions au choix multiple (QCM).**

1. Un touriste souhaite partir au bord de la mer et prendre soin de sa santé. Vous lui proposez :

a) une randonnée ;

b) une cure de thalassothérapie ;

c) une cure thermale.

2. Un chef d'entreprise doit se rendre au Vietnam pour assister à un congrès. De quel type de tourisme s'agit-il :

a) tourisme d'affaires ;

b) tourisme ludique ;

c) tourisme événementiel ?

3. La famille Legrand envoie chaque année ses enfants dans une famille d'accueil en Irlande afin qu'ils apprennent l'anglais. De quel type de séjour s'agit-il :

a) séjour culturel ;

b) séjour linguistique ;

c) séjour scolaire ?

4. Quel type de tourisme s'attache à réduire l'impact du tourisme sur la culture locale d'un pays ou d'une région :

a) l'écotourisme ou tourisme équitable ;

b) le tourisme culturel ;

c) le tourisme vert ?

## Dossier N°3. Promotion touristique – acteurs et outils

### Objectifs généraux du Dossier n°3 :

- identifier les acteurs, outils et supports de la promotion touristique ;
- identifier et fournir le support approprié à la promotion d'un site ou d'un événement ;
- répondre par écrit à une demande de renseignements et/ou de documentation, annoncer une pièce jointe

### Vocabulaire à retenir

<p><b>Outils professionnels</b></p> <p>Le matériel promotionnel Une affiche Un catalogue Une carte Un dépliant Un encart publicitaire Une lettre publipostage Un plan Un programme Une publication Une annonce publicitaire Une promotion Une offre spéciale Un mailing Un emploi du temps Un courriel Une télécopie La documentation</p> <p style="text-align: center;"><b>Acteurs</b></p> <p>Une entreprise hôtelière Un parc d'attraction Une collectivité territoriale Un réseau Un partenaire</p>	<p style="text-align: center;"><b>Activités</b></p> <p>Un événement Une manifestation culturelle ou de loisirs Un spectacle Un festival Des sensations fortes L'adrénaline Le paint-ball L'accro-branche</p> <p style="text-align: center;"><b>Lieux</b></p> <p>Un club enfants Une péninsule Un jardin tropical Une visite organisée Un quartier Une localité</p> <p style="text-align: center;"><b>Autres</b></p> <p>Explorer L'échelle Une saison L'intérêt collectif Le confort Un hamac A la confluence de Restaurer</p>	<p style="text-align: center;"><b>Déplacements et transports</b></p> <p>Un planning Les horaires Un parcours</p> <p style="text-align: center;"><b>Agences</b></p> <p>Une réservation</p> <p style="text-align: center;"><b>Questions d'argent</b></p> <p>Un discount A but lucratif</p> <p style="text-align: center;"><b>Métiers</b></p> <p>Un interprète Un accompagnateur</p> <p style="text-align: center;"><b>Logement</b></p> <p>Boutique hôtel Une suite Le confort à l'occidental King size Queen size Des lits jumeaux Un minibar L'air conditionné Un sèche-cheveux Un peignoir à bain</p>
--	---	---

**1. Le domaine de la promotion touristique. Lisez attentivement l'extrait qui suit, puis répondez aux questions ci-dessous.**

Le secteur de la promotion est celui qui consiste à susciter, chez les touristes potentiels, l'envie de voyager dans tel ou tel endroit, de dormir dans tel ou tel hôtel, d'utiliser telle ou telle compagnie aérienne par exemple. On peut dire que tous les professionnels du tourisme ont recours à la promotion.

Dans le monde actuel, et vu la concurrence qui existe dans le tourisme, il est devenu nécessaire de promouvoir des produits touristiques pour pouvoir les vendre. En France, les métiers de la promotion territoriale, par exemple, sont exclusivement réservés au secteur public. Ils représentent les emplois nécessaires à la promotion d'un lieu. Ils permettent d'assurer auprès des touristes nationaux et étrangers une publicité constante et performante d'un territoire, d'une région. Il existe par ailleurs nombre de sociétés privées qui elles aussi travaillent à la promotion de produits ou d'entreprises touristiques.

Une grande diversité de postes est concernée avec des niveaux de responsabilité différents. Cela va de l'agent d'accueil dans un office de tourisme au chargé de promotion ou encore au responsable des marchés étrangers pour une ville, une région ou un pays. Tous doivent connaître le potentiel touristique de leur territoire pour informer, persuader et fidéliser les différentes clientèles.

**Questions :**

1. En quoi consiste la promotion touristique ?

.....  
.....

2. Tous les professionnels du tourisme ont-ils recours à la promotion ?

.....  
.....

3. A cause de quoi est-il devenu important de promouvoir les produits touristiques pour les vendre ?

.....  
.....

4. En France, les métiers de la promotion territoriale sont-ils généralement du domaine public ou privé ?

.....  
.....

5. Citez trois métiers de la promotion touristique :

- .....
- .....
- .....

6. Qu'est-ce que les professionnels de la promotion doivent connaître pour être capables d'informer, de persuader et de fidéliser les clients ?

.....  
 .....

**2. A quoi servent les offices de tourisme ? Avez-vous bien compris les différences qui existent entre agences de voyages, offices de tourisme et tour-opérateurs ? Cochez dans le tableau suivant.**

L'énoncé	L'office de tourisme	Le tour-opérateur	L'agence de voyages
1	2	3	4
...est en charge de la promotion touristique			
...est en charge de la conception de produits touristiques			
...est en charge de la vente des produits touristiques			
...sert l'intérêt collectif			
...est à but lucratif			
...a un caractère officiel			
...a un caractère privé			
...met à disposition le matériel promotionnel destiné aux agences de voyages			
...distribue ses produits par le réseau des agences de voyages			
...propose des services de guides, interprètes et accompagnateurs			
...choisit ses partenaires en fonction de ses besoins particuliers			

1	2	3	4
...représente tous les partenaires touristiques de la localité (hôtels, restaurants, musées...)			
...effectue des réservations pour les touristes			
...fournit des renseignements sur les horaires d'ouverture des lieux publics ou touristiques			
...vend des forfaits touristiques			

**3. Outils de promotion touristique. Voici une liste de documents de promotion touristique. Reliez chacun à sa définition.**

a) Une affiche	e) Un encart (publicitaire)
b) Un catalogue	f) Une lettre publipostage
c) Une carte	g) Un plan
d) Un dépliant	h) Un programme

**Définitions :**

1. Publication de grand format proposée par les voyagistes chaque année ou chaque saison pour présenter l'ensemble de leurs produits touristiques.

2. Courte annonce publicitaire publiée généralement dans un journal ou magazine pour informer sur les services d'une entreprise, ses heures d'ouverture, ses produits, ses promotions, ses " offres spéciales "...

3. Grande feuille imprimée ou illustrée fixée sur un mur pour faire la promotion d'un lieu ou d'un événement.

4. Document imprimé et plié pour faire la promotion d'un lieu, d'un événement ou d'un site touristique.

5. Représentation à échelle réduite d'une région ou d'un pays.

6. Carte à grande échelle, représentation des rues d'une ville, d'un quartier ou d'un bâtiment.

7. Document présentant les détails d'une manifestation culturelle ou de loisirs (cinéma, spectacle, festival...). On y trouve notamment une courte présentation de chaque événement ainsi que les dates, horaires et lieux.

8. Courrier adressé à un grand nombre de destinataires pour vendre une destination ou un produit touristique. On utilise aussi le terme anglais " mailing ".

Document	a	b	c	d	e	f	g	h
Définition								

#### 4. QCM. Choisissez la bonne réponse.

1. Vous êtes employé(e) à l'office de tourisme de votre ville. Un client vous demande des renseignements sur les types d'hébergement proposés dans la région, vous lui envoyez :

- a) une brochure ;
- b) un encart ;
- c) une affiche.

2. En France, un office de tourisme est :

- a) un voyageur ;
- b) un organisme d'information et de promotion touristique ;
- c) une agence de réceptif.

3. Une brochure touristique sert avant tout à :

- a) vendre un produit ;
- b) faire de la publicité ;
- c) assurer la promotion des produits.

4. Un touriste vous demande une documentation détaillée sur votre région. Vous lui donnez :

- a) un guide pratique ;
- b) un dépliant ;
- c) un plan.

5. Vous êtes chargé(e) de créer un document promotionnel pour informer les touristes qu'un grand concert sera organisé samedi soir sur la place du village. Quel type de document choisissez-vous de concevoir :

- a) un programme ;
- b) un itinéraire ;
- c) une affiche ?

**5. Complétez la grille ci-dessous avec le nom des documents décrits.**

1. Emploi du temps et organisation de manifestations culturelles diverses.
2. Présentation de l'ensemble des produits touristiques proposés par un T. O. (formée par l'assemblage de 5 à 48 pages).
3. Annonce publicitaire publiée dans un guide, un magazine.
4. Heures d'arrivée et de départ.
5. Courte présentation d'un lieu ou d'un événement.
6. Annonce publicitaire collée sur un mur, un panneau.
7. Proposition de circuit organisé.
8. Rues et quartiers d'une ville.
9. Description détaillée d'une ville (hôtels, bonnes adresses...).
10. Ensemble des routes d'une région ou d'un pays.
11. Publication de grand format proposée par les voyagistes chaque année ou chaque saison pour présenter l'ensemble de leurs produits.
12. Courrier adressé à un grand nombre de destinataires pour vendre une destination ou un produit touristique.
13. Document imprimé et plié pour faire la promotion d'un événement ou d'un site touristique.

	8			9									
1	P	R	O	G	R	A	M	M	E		12		13
									11				
					2								
						10							
			3										
4													
	5												
		6											
7													



**6. Vous travaillez dans un office de tourisme en Ukraine. Vous recevez régulièrement des lettres, courriels et télécopies de personnes souhaitant obtenir des informations sur votre pays ainsi que de la documentation. Voici un exemple de lettre. Lisez-la bien avant de répondre aux questions.**

Monsieur et Madame Proitel 35, rue de Paradis 76850 Bois-Guillaume France	Office de tourisme de Kharkov 1, pl. de la Liberté, Derjprom 61166 Kharkiv Ukraine
	Bois-Guillaume, le 18 décembre 2012
<u>Objet</u> : Demande des renseignements	
Madame, Monsieur,	
Ma famille et moi-même, nous aimerions passer nos vacances d'hiver dans votre région.	
Pourriez-vous nous envoyer des documents sur votre ville, les hôtels et les activités possibles ? Un plan nous serait aussi très utile.	
Dans l'attente de vous lire, je vous prie d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mes sentiments distingués.	
	<i>Laurence Proitel</i>

1. Quels documents allez-vous envoyer à Madame Proitel en réponse à cette lettre ?

.....  
.....

2. Pour rédiger votre réponse, *remettez les paragraphes ci-dessous dans l'ordre*, puis *écrivez votre lettre* (page suivante) sans oublier de la compléter avec la liste des documents que vous allez joindre.

*Attention* : N'oubliez pas de faire des paragraphes et de sauter des lignes si cela est nécessaire !

1. Afin de faciliter la préparation de votre voyage, veuillez trouver ci-joint ... (complétez !)

2. Veuillez agréer, Madame, Monsieur, l'expression de nos salutations respectueuses.

3. Nous avons bien reçu votre lettre et vous remercions de l'intérêt que vous portez à notre pays.

4. Nous espérons que ces documents vous seront utiles et que vous passerez un agréable séjour en Ukraine.

.....	
.....	
.....	
.....	
	.....
	.....
	.....
	.....
	.....
	.....
Objet : .....	
.....,	
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	.....

## Dossier N°4. Concevoir un produit touristique

### Objectifs généraux du Dossier n°4 :

- bien comprendre les attentes des touristes ;
- analyser l'offre de prestations (séjours, circuits, hébergement, animations...);
- concevoir un programme touristique adapté à un client particulier ;
- réaliser une cotation

### Vocabulaire à retenir

<p><b>Types de tourisme</b> Un voyage à la carte Un voyage individuel Un voyage organisé Un voyage sur mesure</p> <p><b>Agences</b> Lancer un nouveau produit La vente directe L'inbound Un sous-traitant La vente Internet La clientèle saisonnière La clientèle d'habitueés Le département opérations La logistique Les transferts Un package</p> <p><b>Logement</b> Un hôtel supérieur La demi-pension La pension complète</p>	<p><b>Activités</b> Une animation Un spa Une balade Une croisière fluviale</p> <p><b>Questions d'argent</b> Une facture Une addition Le prix forfaitaire Prétentions salariales</p> <p><b>Autres</b> La massification Des bas-reliefs Un potier Un tisserand Le tissage Un stûpa Des emplettes</p>	<p><b>Déplacements et transports</b> Un déplacement Un vol long courrier Embarquer</p> <p><b>Sante et sécurité</b> Intrépide Des précautions Une destination à risque</p> <p><b>Lieux</b> Une grotte Une plantation Une galerie d'art</p> <p><b>Valorisation</b> Réputé Une vue imprenable Imposant</p>
---	--	---

### Quelques définitions

Dans le domaine des voyages, il existe plusieurs types de produits :

**Voyage à la carte** – forfait touristique fabriqué à la demande d'un client à partir de prestations qui sont dans une brochure.

**Voyage individuel** – produit touristique fabriqué pour une personne ou moins de dix personnes (famille ou amis).

**Voyage organisé** – ensemble de prestations touristiques (hébergement, restauration, transports, animations et excursions) proposé à un prix fixe.

**Voyage sur mesure** – forfait touristique fabriqué à la demande d'un client à partir de prestations créées spécialement.

### **1. Observez le document et répondez aux questions :**

1. De quoi s'agit-il ?
2. Faut-il avoir une expérience professionnelle pour ce poste ?
3. Quelles sont les qualités requises ?
4. Que doivent faire les personnes intéressées ?

#### **T. O. spécialisé dans les produits haut de gamme**

(situé à Paris)

*recherche*

#### **CONCEPTEURS DE VOYAGES (H/F)**

##### **Votre mission :**

En contact direct avec la clientèle ou les agences de voyages, vous devrez identifier les besoins des clients et leur construire des voyages sur mesure.

##### **Vos atouts :**

Vous possédez une bonne expérience en agence de voyages ou chez un T. O.

Vous maîtrisez parfaitement un ou plusieurs secteurs géographiques (Asie, Amérique du Nord, Caraïbes...) ainsi que les techniques du forfait et de la billetterie.

Vous avez le goût des contacts humains, le sens de la qualité du service et de la négociation.

Vous êtes organisé, enthousiaste et imaginatif.

##### **Nous vous offrons :**

Un salaire motivant, une équipe dynamique et les moyens d'exprimer votre créativité.

*Adressez-nous : C.V., lettre de motivation, photo et prétentions  
s./réf. 2482 au journal qui transmettra*

## **2. Lisez le texte où une jeune Française parle de son travail à l'agence de voyages. Répondez aux questions.**

"Je m'appelle Chloé et je travaille chez *Exotissimo* qui est une agence réceptive et émettrice dans le domaine du tourisme.

L'activité de l'agence s'oriente à travers la vente directe mais aussi avec l'inbound. C'est en fait des ventes qui ne s'adressent pas directement aux clients. Nos interlocuteurs sont d'autres agences situées en Europe, en Amérique latine et dans le reste du monde.

Donc à Exotissimo on a un département inbound. L'inbound, ça signifie en gros que ce service ne traite pas avec les clients en direct, on traite les demandes envoyées par d'autres agences situées dans tout le reste du monde, l'Europe, les Etats-Unis et tout ça. Ce service fait exactement le même genre de travail que tous les autres à la différence qu'il n'est jamais en contact avec le client final. On est un peu des sous-traitants.

Et il y a beaucoup de clients qui ne savent même pas, par exemple, ils ont l'impression de passer par Nouvelles Frontières mais en fait, ils passent par Exo.

On a aussi un département vente Internet. Sur ce département, en fait, les clients passent par notre site et laissent un descriptif de ce qu'ils veulent, c'est-à-dire qu'on a quelques tours qui sont proposés mais globalement, ça reste du tour fait sur mesure. Donc le client nous dit par exemple qu'il veut rester 15 jours en hôtel supérieur, faire des spas et massages, voir des minorités culturelles et après, c'est à nous de lui créer un tour sur mesure qui réponde le plus possible à ses attentes.

Globalement, le voyage sur mesure c'est quelque chose qui se développe dans le tourisme puisqu'il y a eu un gros vent de massification ces 30 dernières années et maintenant, les consommateurs sont de plus en plus en attente de quelque chose de personnalisé. Quand on fait comprendre au consommateur qu'on peut changer, qu'on peut adapter à sa demande, ça lui plait en général beaucoup. Il y a de moins en moins de demandes sur des gros groupes, où on part à 40 personnes en bus, ça, ça séduit de moins en moins.

Sur l'activité de l'agence, il y a deux types de clientèle : la clientèle saisonnière qui est constituée majoritairement de touristes qui voyagent à travers le Laos et les pays alentours, et la clientèle d'habitues qui est constituée d'expat's et de Laotiens, pardon, d'expatriés et de Laotiens.

On propose des billets d'avion long-courrier, des tours dans les différents pays exo... C'est pareil, ça marche toujours sur du sur mesure.

Pour faire un programme sur mesure, il faut prendre tous les renseignements nécessaires au client, c'est-à-dire la catégorie d'hôtel, le nombre de jours, ce qu'il a envie de voir surtout, et après, avec ça, c'est à nous de créer quelque chose de viable et qui corresponde à ses attentes.

En agence, on s'occupe de la partie commerciale, donc de la partie programme et vente, mais dans le tourisme, il y a toute une organisation derrière puisque sur un voyage sur mesure, il faut organiser toutes les locations de voitures, le transport des guides, le recrutement des guides et tout ça, et ça, c'est le département opérations qui s'en occupe.

Donc comme je vous l'ai dit, en agence on réalise toute la partie commerciale et toute la partie création de programmes. C'est nous qui définissons les itinéraires et le programme détaillé. Mais après il y a toute une logistique derrière, il y a toute une industrie puisqu'il faut organiser tous les transferts, les locations de voitures, les guides, réserver les différents tours qui ne sont pas réalisés directement par Exotissimo. C'est donc le service opérations qui réalise toutes ces opérations-là et c'est en fait le service le plus important parce que c'est là-dessus que le client jugera la qualité du service dans la mesure où si le package est bien vendu mais que finalement on oublie d'aller le chercher à l'aéroport, ça aboutit à rien. Donc c'est vraiment le nerf de l'agence ".

**Questions :**

1. Quel type d'agence de voyages est Exotissimo ?

.....  
.....

2. Qu'est-ce que l'inbound ?

.....  
.....

3. Comment fonctionne le département " vente Internet " ?

.....  
.....

4. Quel type de voyage les touristes recherchent-ils de plus en plus ?

.....  
.....

5. Quels sont les deux types de clientèle de l'agence ?

.....  
.....

6. Comment fabrique-t-on un voyage sur mesure ?

.....  
.....

7. Quelles sont les tâches du département " opérations " ?

.....  
.....

8. Pourquoi ce département est-il très important ?

.....  
.....

### **Використана література**

Chiari O. Ch. Les métiers du tourisme. Cours de français / O. Ch. Chiari, S. Corbeau. – Paris : Hachette F.L.E., 1991. – 222 p.

Corbeau S. Tourisme.com / S. Corbeau, Ch. Dubois, J.-L. Penfornis. – Paris : CLE International/SEJER, 2004. – 130 p.

Danilo M. Le français de la communication professionnelle / M. Danilo, J.-L. Penfornis. – Paris : CLE International, 2001. – 305 p.

Renner H. Le français du tourisme / H. Renner, G. Tempesta. – Paris : CLE International/VUEF, 2005. – 127 p.

Rey A. Le Petit Robert : dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française / A. Rey, J. Rey-Debove. – Paris : Le Robert, 1990. – 2172 p.

Sanchez Macagno M.-O. Faire des affaires en français / M.-O. Sanchez Macagno, L. Corano. – Paris : Hachette, 2002. – 160 p.

Silem A. Lexique d'économie / Silem A. – Paris : Dalloz, 1992. – 576 p.

### **Ресурси мережі Internet**

<a href="http://fr.voyage.yahoo.com">http://fr.voyage.yahoo.com</a>	<a href="http://www.letudiant.fr/metiers/secteur/tourisme">http://www.letudiant.fr/metiers/secteur/tourisme</a>
<a href="http://www.parisinfo.com">http://www.parisinfo.com</a>	<a href="http://www.sunlocation.fr/">http://www.sunlocation.fr/</a>
<a href="http://www.lyon-france.com">http://www.lyon-france.com</a>	<a href="http://www.maxicours.com/se/fiche/2/0/371802.html">http://www.maxicours.com/se/fiche/2/0/371802.html</a>
<a href="http://www.marseille-tourisme.com">http://www.marseille-tourisme.com</a>	<a href="http://www.doucefrance.com/">http://www.doucefrance.com/</a>
<b>Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.</b>	<a href="http://www2.unwto.org/fr/content/histoire">http://www2.unwto.org/fr/content/histoire</a>

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Тексти та практичні завдання  
з навчальної дисципліни  
**"ІНОЗЕМНА МОВА"**

для студентів 3 – 4 курсів  
усіх напрямів підготовки  
всіх форм навчання

Укладач **Безугла Ірина Валентинівна**

Відповідальний за випуск **Колбіна Т. В.**

Редактор **Семенова І. М.**

Коректор **Семенова І. М.**

План 2013 р. Поз. № 177.

Підп. до друку

Формат 60x90 1/16. Папір MultiCopy. Друк Riso.

Ум.-друк. арк. 2,0. Обл.-вид. арк. 2,5. Тираж

прим. Зам. №

Видавець і виготівник – видавництво ХНЕУ, 61166, м. Харків, пр. Леніна, 9а

*Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи*

*Дк № 481 від 13.06.2001 р.*



**Тексти та практичні завдання  
з навчальної дисципліни  
"ІНОЗЕМНА МОВА"  
для студентів 3 – 4 курсів  
усіх напрямів підготовки  
всіх форм навчання**