

# Kritériumvizsga

Francia idegenforgalmi szaknyelv B2  
Írásbeli mintafeladatsor

## Compréhension écrite 1

Lisez le texte suivant et complétez-le avec les mots indiqués. Ecrivez la lettre du mot correspondant dans le tableau selon l'exemple (0). Un mot ne peut être utilisé qu'une seule fois. Deux des mots donnés ne doivent pas être utilisés.

**Écotourisme**

L'écotourisme fait référence à une **(0)**... de tourisme qui a le but de visiter des zones touristiques naturelles et préservées sans avoir un grand impact sur la destination, et est souvent considérée comme l'alternative au **(1)**.... En outre, il est généralement utilisé pour décrire le tourisme où la flore et la faune sont les principales attractions, et rarement mentionné comme **(2)**....

L'écotourisme est axé sur la conservation des **(3)**... terrestres et marins. Les principes qui sont au cœur de l'écotourisme sont la réduction des **(4)**... du tourisme sur les écosystèmes, l'amélioration de la **(5)**... aux bonnes pratiques environnementales des voyages, le renforcement de l'importance d'établir et d'exploiter des installations touristiques à faible impact. **(6)**..., la valeur essentielle de l'écotourisme doit être assurer la durabilité **(7)**... de l'industrie du voyage **(8)**... les communautés locales, l'industrie du tourisme et les défenseurs de la nature.

La Société Internationale d'Écotourisme définit l'écotourisme comme «un voyage **(9)**... vers des zones naturelles qui préserve l'environnement, soutient le bien-être de la population locale et implique l'interprétation et l'éducation».

Comme le tourisme est une **(10)** ... importante et se développe toujours en tant qu'industrie, il n'aide pas toujours l'environnement et les communautés locales. L'écotourisme et le tourisme durable ont gagné en popularité à l'époque de la croissance du tourisme de masse.

**A** ACCENTUE

**F** À LONG TERME

**K** IMPACTS

**B** ENVIRONNEMENTS

**G** NICHE

**L** EN OUTRE

**C** EN RÉUNISSANT

**H** RESPONSABLE

**M** TOURISME VERT

**D** DESTINATIONS URBAINES

**I** INDUSTRIE

**E** SENSIBILISATION

**J** TOURISME DE MASSE

<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
<b>G</b>										

## Compréhension écrite 2

Lisez le texte ci-dessous et répondez brièvement aux questions.

Au fil des décennies, le tourisme est devenu dans le monde un des secteurs d'activité les plus importants et qui connaissent les plus fortes croissances. Représentant plus de 30 % des exportations mondiales de services commerciaux et plus de 6 % des exportations globales de biens et de services, le tourisme exerce une influence importante et croissante sur les populations comme sur les services écosystémiques. Pour beaucoup de pays en développement, il constitue une des principales sources de revenus, en créant des emplois et des débouchés indispensables au développement socioéconomique. L'essor continu de l'industrie touristique et la tendance à la saturation de destinations qui lui est associée doivent être mis en parallèle avec l'existence d'une conscience écologique forte chez des consommateurs qui recherchent chaque jour davantage des destinations touristiques plus saines, plus durables et plus soucieuses de l'environnement. Ces évolutions qualitatives et quantitatives exigent de mettre au point et de gérer des produits touristiques viables et respectueux de la diversité, en liant le tourisme à une utilisation raisonnée des ressources naturelles et à de bonnes techniques de conservation. La mise au point de produits touristiques liés à la biodiversité doit viser à assurer un développement durable sur le long terme, à favoriser l'intégration sociale ainsi qu'à accroître les revenus du secteur touristique et des communautés locales. Elle doit s'inscrire dans un plan d'action global centré sur la diversification des produits, la compétitivité et le développement communautaire, en ayant pour axes principaux la conservation et la gestion de la biodiversité, la culture, le patrimoine et le tourisme durable. L'OMT fournit des lignes directrices techniques, des méthodes de travail, des outils et des compétences spécialisées qu'elle met au service des autorités nationales et locales sur le terrain pour les aider à planifier, élaborer et gérer des produits touristiques, non seulement en les positionnant d'une manière efficace et durable sur des marchés nationaux et internationaux aujourd'hui complexes, mais en profitant d'un développement du tourisme durable régi par le souci d'une bonne gestion et d'une protection de la biodiversité. Ce guide pratique pour développer des produits touristiques liés à la biodiversité obéit à la volonté d'apporter aux acteurs du tourisme les connaissances nécessaires pour mettre au point des produits de ce type en se fondant sur les principes du développement durable, de la conservation de la biodiversité et du développement communautaire.

But du « Guide pratique »

Ces dernières années, les stratégies préconisées pour un tourisme durable se sont élargies pour inclure la recherche d'outils qui garantissent de plus grands bénéfices aux communautés locales et aux populations indigènes, notamment dans les zones rurales. Ces dernières sont essentiellement caractérisées par la richesse de leur diversité biologique.

Sur le marché touristique international, le voyageur typique, toujours à la recherche de nouveaux produits, ajoute de nouveaux pays à son portefeuille pour diversifier son offre. C'est une stratégie qui vise autant à conserver les anciens clients qu'à en attirer de nouveaux. À cette fin, les voyageurs recourent à des concepteurs de produits touristiques qui dénichent de nouveaux territoires et montent des produits et des forfaits en collaboration avec des organismes touristiques locaux dans les destinations visées. Ces voyageurs et les concepteurs de produits qui leur sont associés font partie des deux groupes auxquels s'adresse ce Guide pratique.

1. Que signifie le tourisme pour les pays en développement ? (2)
2. Quels sont les produits touristiques à développer ? (2)
3. Comment la conscience écologique des consommateurs s'exprime-t-elle dans le secteur du tourisme ? (2)
4. Quelles sont les principales tâches de l'OMT (Organisation Mondiale du Tourisme)? (2)
5. Quelle est la stratégie des voyagistes pour conserver les anciens clients et en attirer de nouveaux? (2)

## Production écrite 1

**Des employés de votre entreprise ont récemment effectué un voyage en autocar. En tant qu'assistant du chef d'entreprise, rédigez une lettre de réclamation sous la forme d'un e-mail de 140 à 150 mots à l'agence de voyage Sunny Holiday qui a organisé le voyage. Dans cet e-mail**

- **donnez des détails sur l'état de l'autocar,**
- **exprimez votre mécontentement à l'égard du guide touristique,**
- **demandez un dédommagement.**

## Production écrite 2

Décrivez les principales données du graphique ci-dessous et interprétez les relations entre elles en 150 mots au moins.

