

Міністерство освіти і науки України

Національний університет харчових технологій

**80 МІЖНАРОДНА НАУКОВА
КОНФЕРЕНЦІЯ
МОЛОДИХ УЧЕНИХ,
АСПІРАНТІВ І СТУДЕНТІВ**

*“Наукові здобутки молоді –
вирішенню проблем харчування людства
у XXI столітті”*

Частина 4

10–11 квітня 2014 р.

Київ НУХТ 2014

26.4. Французька мова

Голова підсекції – ст. викл. Т. Ю. Годованець
Секретар підсекції – ст. викл. О.М. Якименко

Ауд. В – 402

1. Offre touristique d'aujourd'hui et de demain

Tkatchenko Youlia

Université Nationale des Technologies Alimentaires

Introduction. L'industrie du tourisme et des loisirs a pour but la commercialisation de services. La commercialisation c'est un ensemble des activités (études de marché, promotion, publicité, service après-vente, etc.) d'un agent économique (un commerçant, une entreprise) qui met en vente aux meilleures conditions un produit. Le produit est un terme très générale. Tout ce qui s'achète est un produit et tout ce qui se paie est un service. Le service est destiné à la satisfaction des besoins des consommateurs. Service fourni par un professionnel du tourisme à un client est la prestation touristique.

Le secteur du tourisme est un secteur d'activité très vaste, qui recouvre une variété d'entreprises, publiques et privées. Transporteurs, hôteliers, restaurateurs, voyagistes, agences de voyages, organismes de promotion touristique, compagnies d'assurance-assistance en font naturellement partie.

De nombreuses entreprises (éditeurs de guides touristiques, cabarets et spectacles, musées, etc.) y sont indirectement associées.

Toutefois, malgré cette diversité de métiers, on retrouve les mêmes fonctions d'accueil, d'information, de production, de vente, de promotion et de fidélisation. Les mêmes tâches professionnelles sont exécutées quels que soit les pays et les usages locaux. Le personnel employé dans le secteur touristique est professionnellement très mobile, car son métier est avant tout un métier de service.

Produits touristiques

Voyage individuel à la carte : un vol sec, un forfait (prestation transport + hébergement + restauration + animation), une location immobilière, une location de véhicule, un autotour.

Voyage organisé : un séjour en hôtel-club, un séjour en village de vacances avec ou sans transport, un séjour linguistique, une cure thermale, une cure de thalassothérapie.

Voyage organisé itinérant : une excursion, un circuit, une croisière, une randonnée, un trekking.

Voyage sur mesure : un incentive, un séminaire, un congrès.

1. Les différents produits touristiques : distinctions générales

- Le produit individuel et le produit de groupe
- Un produit individuel est proposé à un seul individu ou à un groupe de moins de dix personnes (membres d'une famille, groupe d'amis, etc.).

- Un produit de groupe est destiné à dix personnes au moins, qu'il s'agisse d'un groupe constitué avant le voyage (entreprise, club, etc.) ou au moment de l'inscription au voyage.

- Le sur-mesure et le programmé

- Un produit sur-mesure répond à la demande précise d'un client identifié. Le professionnel du tourisme élabore alors un produit particulier.

- Un produit programmé est préparé à l'avance et mis en vente par un voyageur.

- Le produit à la carte

Pour ce produit, le client prend part à la construction de son voyage. Différentes prestations lui sont proposées (transport, hébergement, restauration, visites, etc.) et il compose son propre menu.

2. Les principaux types de produits touristiques

- Les séjours. Les séjours offrent au touriste la possibilité de résider pendant un certain temps dans un lieu déterminé : hôtels, hôtels clubs, clubs de vacances, gîtes, chez l'habitant, etc. La durée du séjour est variable : du court séjour (4 jours au maximum) au long séjour.

- Les circuits. Les circuits sont des voyages itinérants qui permettent de découvrir une région ou un pays. Il s'agit soit de circuits accompagnés d'un guide, individuels ou en groupes, soit de circuits individuels comme les autotours ou moyennant l'utilisation de bons d'hôtels (vouchers).

- Les combinés. Les produits combinés proposent aux clients l'association de deux types de produits. Par exemple : le circuit-séjour, la croisière-séjour.

- Les extensions. Un produit touristique de base est proposé au client, et ce produit peut par la suite être complète. Exemple : un circuit d'une semaine pouvant être prolongé de deux jours.

Produits touristiques de demain

Les nouveaux produits touristiques en plein développement

- La demande des touristes évolue :

- Plus de qualité.

- Plus de respect de l'environnement naturel, culturel et social.

- Plus de déplacements dus aux longs week-ends et au fractionnement des congés.

- Plus de sécurité (une épidémie ou un événement politique ou social peut entraîner une annulation ou un report du voyage).

- Plus d'achats de produits touristiques spontanés, rapides et de dernière minute via Internet, un ordinateur portable ou la téléphonie mobile.

- De nouveaux produits touristiques se développent :

- Les croisières.

- Les courts séjours.

- L'hébergement haut de gamme avec des loisirs intégrés.

- Les séjours golf.

- Les parcs de loisirs : parcs éducatifs, aquariums, : parcs d'aventures.

- Les séjours de thalassothérapie.

- Les casernes et les machines à sous.

- Le tourisme événementiel : les manifestations sportives (les jeux Olympiques, la Coupe du monde de football, les grands tournois internationaux), les festivals, les fêtes ponctuelles (an 2000, bicentenaire de la Révolution) ou régulières (carnavals de Venise ou de Rio, Fête de la bière en Allemagne), les commémorations.

- Le tourisme éthique : voyageur en respectant le site ou le pays visité (respect de l'environnement, de la culture locale et des personnes).

- Le tourisme d'affaires : développement des centres de conférences intégrés à des parcs de loisirs et des complexes d'affaires.

- De nouveaux moyens de distribution et de réservation sont disponibles :
 - L'Internet.
 - Les agences virtuelles.
 - Les plateaux téléphoniques.

Conclusion. Alors, il existe une grande variété de métiers (plus de 20 métiers interviennent dans la conception et la vente d'un séjour touristique) et de besoins langagiers (les métiers du tourisme ont pour point commun un contact direct en français avec une clientèle ou des partenaires professionnels francophones).

Références

1. Accueil, service et commercialisation en restaurant - lycées professionnels, B. Morlet, J.-L. Frusetta (Jacques Lanore : 2002).
2. Accueillir, héberger, communiquer, Bac techno hôtellerie Première - Élève, M. Hartbrot et B. Leproust (Bpi : 2001).
3. L'Hôtel : théorie et pratique, M.-T. Audoux, P. Mazzetti, et J. Bessenay (Jacques Lanore : 2002).