

**MENTION COMPLEMENTAIRE
TELLEBILLETERIE ET SERVICES VOYAGES**

Session 2010

E 3 – COMMUNICATION TOURISTIQUE EN LANGUE VIVANTE ETRANGERE

LVA – ITALIEN

L'usage du dictionnaire unilingue ou bilingue est autorisé

TRAVAIL A FAIRE PAR LE CANDIDAT

1. Résumer en français le texte n°1 : (60 mots environ) (6 points)
2. Traduire un passage du texte 2 depuis "Il piacere di conoscere..."(l. 4) jusqu'à "... dal punto di vista ambientale". (l. 8) (6 points)
3. Répondre en italien à la question suivante se rapportant au texte 1 :

Lavori in un'agenzia di viaggi. Per promuovere una crociera nel Mediterraneo con la compagnia Costa Crociere, scrivi una mail ai clienti dell'agenzia. (100 mots) (8 points)

Teste n°1

L'ITALIA IN CROCIERA È LA VACANZA CHE NON VA IN CRISI.

Una vacanza che sfida la crisi. Con fan in continuo aumento. La meraviglia del mare davanti agli occhi e il piacere di un viaggio senza stress. Al riparo da lunghe code in aeroporto, da treni che non arrivano mai e dalla fatica di guidare per ore. È questa la formula che, negli ultimi anni, ha convinto turisti e viaggiatori a decidere per una vacanza in crociera. Non solo. A quanto pare i meravigliosi "hotel galleggianti", che offrono anche un ottimo rapporto qualità prezzo, entrano in competizione con gli alberghi tradizionali. E così, in barba alla crisi, i crocieristi di tutto il mondo dovrebbero, nel 2010, arrivare a 12 milioni negli Stati Uniti e a 5 milioni in Europa. Naturalmente cresce anche l'offerta di cose da fare una volta saliti a bordo: ristoranti, discoteche, teatri, negozi e casinò. Più centri benessere e palestre per gli amanti della forma fisica.

Tra i segreti del crescente successo delle crociere c'è il cosiddetto servizio "door to door". Che vuol dire partire e ritornare a casa senza troppa fatica. In Italia è reso possibile grazie alla gran quantità di porti. In nessun'altra nazione europea ci sono, infatti, così tanti luoghi di imbarco. E le compagnie di navigazione si organizzano.

Msc Crociere, Costa Crociere e Royal Caribbean permettono di salire direttamente da Savona, Genova, Livorno, Civitavecchia, Napoli, Messina, Palermo, Bari e Venezia.[...]

La Repubblica, 13 giugno 2009

Teste n°2

IL VIAGGIO RITORNA ESPERIENZA DI VITA

Visitare destinazioni insolite, fuori dai cliché tradizionali della vacanza. Dormire in piccoli alberghi perfettamente ecocompatibili, soggiornare in dimore storiche o art hotel firmati da designer famosi. Il viaggio torna alla sua vera essenza e la parola d'ordine del nuovo modo di intendere la vacanza è "esperienza". Il piacere di conoscere e di scoprire, di vivere a contatto con la natura, di rinunciare (a volte) ai lussi tradizionali per riscoprire quelli veri: conoscere, gustare, vedere. Tutto nel rispetto della natura. Perché i viaggiatori moderni vogliono strutture certificate anche dal punto di vista ambientale. Una tendenza che ha contagiato le grandi catene alberghiere così come i boutique hotel delle città d'arte. Tra questi c'è l'Albergo Pietrasanta, in provincia di Lucca, uno degli unici due hotel toscani di lusso segnalati da Legambiente "per l'impegno in difesa dell'ambiente", grazie alle sue politiche di risparmio energetico, all'utilizzo di alimenti biologici e prodotti non testati sugli animali. [...]

La Stampa, 27 giugno 2009