

CENTRES DE GRÈCE - SESSION DU 18 MAI 2024

CERTIFICAT PRATIQUE DE LANGUE FRANÇAISE
Sorbonne C1

Nom :

Prénom :

II. COMPRÉHENSION ORALE COLLECTIVE

Note sur 25

***Vous allez entendre deux fois un enregistrement sonore
de 10 minutes environ.***

L'épreuve dure 30 minutes environ, écoutes comprises.

- Vous aurez tout d'abord 3 minutes pour lire les questions.
- Vous écouterez attentivement une première fois le document sonore.
Vous aurez ensuite 3 minutes pour commencer à répondre aux questions.
- Vous écouterez une deuxième fois l'enregistrement. Vous aurez 3 minutes
supplémentaires pour compléter vos réponses.
- Vous répondrez directement aux questions en cochant d'une croix la bonne réponse.

COMPRÉHENSION ORALE**Que prévoit le gouvernement pour lutter contre le “surtourisme” ?****1. Le surtourisme la première destination touristique mondiale. - 1 point –**

- ☐ ronge
- ☐ abîme

2. La première destination touristique mondiale est :

- 1 point -

- ☐ l'Europe
- ☐ la France
- ☐ Venise

3. Le présentateur parle :

- 1 point -

- ☐ des planques marseillaises et des falaises d'Étretat
- ☐ des calanques marseillaises et des falaises d'Étretat
- ☐ des falaises marseillaises et des calanques d'Étretat.

4. L'invitée est professeur :

- 1 point -

- ☐ d'économie
- ☐ de géographie

5. Le terme « surtourisme » est un mot :

- 1 point -

- ☐ récent
- ☐ ancien

6. Maria Gravari-Barbas préfère l'expression :

- 1 point -

- ☐ « Fréquences massives »
- ☐ « Fréquentations massives »
- ☐ « Fréquentations passives »

7. Les pics de fréquentation sont expliqués par (deux réponses) :

- 2 points -

- ☐ les fréquentations massives
- ☐ les plateformes de location
- ☐ les croisières
- ☐ les habitants et les acteurs locaux
- ☐ les vols *low-cost*

8. À l'été 2022, le niveau de fréquentation touristique d'avant Covid a été dépassé.

- 1 point -

- ☐ vrai
- ☐ faux

9. Il y a moins de touristes aujourd'hui qu'hier en France.

- 1 point -

- ☐ vrai
- ☐ faux

10. Il y a plus de touristes aujourd'hui à la fois dans le temps et dans l'espace.

- 1 point -

☐ vrai

☐ faux

11. du tourisme se concentre sur moins de du territoire.

- 2 points -

☐ 20%

☐ 20%

☐ 50%

☐ 50%

☐ 80%

☐ 80%

12. Cette concentration est uniquement dans l'espace.

- 1 point -

☐ vrai

☐ faux

13. Le gouvernement cherche à le surtourisme.

- 1 point -

☐ rassurer

☐ rationaliser

☐ ratisser

14. Le dispositif propose plusieurs axes : (trois réponses)

- 3 points -

☐ une compréhension commune du surtourisme

☐ une gestion commune du surtourisme

☐ une sensibilisation des auteurs

☐ une sensibilisation des locaux

☐ favoriser la cohabitation entre tous

☐ favoriser la cohabitation entre les locaux et les touristes

15. On doit le tourisme.

- 1 point -

☐ laisser faire

☐ réguler

16. Les bonnes pratiques apportent :

- 2 points -

☐ peu de résultats pour l'instant

☐ des résultats probants

17. Grâce aux mesures de limitation, les mesures de communication sont inutiles.

- 1 point -

☐ vrai

☐ faux

18. Les connaissances des pics de fréquentation peuvent actuellement s'appuyer sur des données réelles et suffisantes.

- 1 point -

☐ vrai

☐ faux

19. Les solutions pour déconcentrer la fréquentation touristique de lieux très connus sont (au moins deux réponses) :

- 2 points -

☐ une politique de « dé-marketing »

☐ un marketing nuancé

☐ la dévalorisation d'autres lieux moins connus

☐ encourager la fréquentation des lieux par les locaux

Notes :

- *Disruptifs : qui perturbent, cassent, rompent avec l'existant. En entreprise : qui créent une véritable rupture au sein d'un secteur d'activité en renouvelant radicalement son fonctionnement.*
- *« business as usual » : comme d'habitude.*
- *Numerus clausus : du latin numerus clausus, nombre fermé. Limitation du nombre de personnes admises à une fonction, un grade, une profession, en vertu d'une disposition réglementaire.*
- *Interopérables : désigne des systèmes capables de s'adapter et de collaborer avec d'autres systèmes indépendants déjà existants ou encore à créer.*
- *démarketing : concept défini comme l'aspect du marketing qui cherche à décourager les consommateurs en général ou une certaine classe de consommateurs en particulier de manière temporaire ou permanente.*