



Écrire Tourisme à l'Université

GUIDES POUR ÉCRIRE DANS DES DISCIPLINES SPÉCIFIQUES

UAB
Universitat Autònoma
de Barcelona

 UNIVERSITAT DE
BARCELONA


Universitat
de Girona

 UNIVERSITAT
de Lleida

 UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

1 Qu'est-ce que le tourisme ?

Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), le tourisme est un phénomène social, culturel et économique qui implique le déplacement de personnes vers des endroits différents de leur lieu de résidence habituelle pour des fins ludiques ou professionnelles pendant moins d'un an.

En tant que tel, le tourisme a des répercussions sur l'économie, sur l'environnement naturel et construit, sur la population locale des lieux visités et sur les touristes eux-mêmes. Il est recommandé d'adopter une approche globale du développement, de la gestion et de la supervision du tourisme étant donné les éléments cités, la grande gamme et variété de facteurs requis pour produire des biens et des services acquis par les visiteurs, ainsi que le grand spectre des agents impliqués ou affectés.

Cette approche est fort désirable en vue de formuler et de mettre en pratique des politiques de tourisme nationales et locales, ainsi que des accords internationaux ou d'autres procédés en matière de tourisme.

Le tourisme est une discipline transversale qui comprend divers domaines : du secteur économique (il augmente l'activité économique du pays de réception, il crée des postes de travail pour couvrir l'offre pour le touriste), au secteur social (facteur d'intégration / de ségrégation des populations locales), en passant par le secteur géographique (mouvement de personnes, destinations les plus visitées) entre autres.

Étant donné la multidisciplinarité du tourisme, les débouchés professionnels des études en tourisme peuvent être nombreux et variés dans des secteurs divers : en entreprise, dans la promotion, le secteur culturel, le secteur sociologique, le secteur anthropologique, dans les nouvelles technologies entre autres.

Le tourisme est une discipline transversale qui comprend divers domaines : du secteur économique au secteur social en passant par le secteur géographique entre autres.

2 Caractéristiques générales de l'écriture en tourisme

La rigueur et l'objectivité doivent toujours être présentes dans les textes de tourisme. Dans un article de recherche, par exemple, il faut préciser d'où vient l'information qui est présentée, en indiquer clairement les sources. La langue fournit des mécanismes pour marquer l'objectivité à l'écrit, comme le choix d'un langage neutre et aseptisé et l'absence de références des interlocuteurs.

Il convient d'utiliser un ton neutre, informatif, même si avec l'usage des réseaux sociaux, cette neutralité s'estompe à la faveur d'un langage beaucoup plus direct et informel. Il faut utiliser un style simple et direct pour éviter la confusion, le langage ambigu et les phrases compliquées.

Il faut parfaitement contrôler le registre à employer à tout moment, en fonction du destinataire et du code (écrit ou oral). À l'oral, le ton peut être plus ou moins familier, même s'il vaut mieux l'adapter au public (nous n'utiliserons pas le même registre de langue pour faire la présentation orale du travail de fin d'année de licence que pour informer les personnes qui fréquentent l'office de tourisme), mais à l'écrit il convient d'être plus formel. Il faut éviter dans les deux cas les mélanges de registre.

Les futurs professionnels du tourisme doivent se préparer tout au long de leurs études universitaires afin de maîtriser convenablement la langue et pouvoir en faire un bon usage ; ils devront l'employer avec correction et faire preuve de souplesse et de capacité d'adaptation. Ils devront pouvoir s'exprimer de façon appropriée, par exemple, dans les situations suivantes :

- Ils devront contrôler parfaitement le registre qu'il faut utiliser autant à l'oral qu'à l'écrit. Les futurs professionnels doivent savoir utiliser les différents registres de langue du plus technique au plus courant avec clarté, rigueur et objectivité dans les écrits touristiques promotionnels et non promotionnels.
- Ils devront rédiger des messages écrits démonstratifs et persuasifs, positifs et motivants et parfois aussi personnalisés. Ils devront veiller à garantir la confidentialité des données des clients, à préserver l'image de leur enseigne tout en employant une langue inclusive et libre de préjugés.
- Ils devront savoir s'exprimer par écrit aussi bien dans des environnements présents que dans des environnements virtuels. Pour rester compétitifs, ils devront bien connaître les outils, les usages et les contenus numériques : l'e-tourisme (tourisme et web), le m-tourisme (tourisme mobile via des smartphones ou des tablettes) et le tourisme 2.0 (l'utilisation des réseaux sociaux pour le tourisme).
- Ils devront maîtriser les divers modèles textuels écrits et en particulier savoir expliquer, décrire et argumenter afin d'intéresser et de capter la clientèle sans pour autant négliger l'écriture créative.

En ce qui concerne la période de formation académique universitaire, les futurs professionnels du tourisme s'expriment par écrit dans des situations concrètes et avec différents objectifs.

Les futurs professionnels du tourisme doivent se préparer tout au long de leurs études universitaires afin de maîtriser convenablement la langue et pouvoir en faire un bon usage ; ils devront l'employer avec correction et faire preuve de souplesse et de capacité d'adaptation.

Les étudiants en tourisme doivent réaliser de nombreux projets pour le développement touristique. Leurs textes ont bien souvent un caractère descriptif et argumentatif. On attend que l'étudiant montre un esprit critique et une capacité analytique. Ils doivent être capables de comprendre l'information, de l'analyser et de l'intégrer dans leur propre réflexion d'une manière bien argumentée tout en citant les sources de consultation et en respectant les conventions. Les étudiants doivent relever le défi de rédiger des écrits dont les argumentations seront solides et convaincantes.

3 Textes écrits habituels en tourisme

Les **articles de recherche** ou scientifiques ont d'habitude une structure assez figée, même s'il faut tenir compte des normes spécifiques de l'organisme dans lequel ils doivent être publiés. Ils doivent constituer une contribution académique et garantir la rigueur.

Un article scientifique doit persuader la communauté scientifique que l'idée est originale et qu'elle s'inscrit dans des travaux antérieurs sur le sujet ; que la méthodologie utilisée pour le recueil des données est adéquate ; que les analyses sont exhaustives ; que les implications des résultats sont pertinentes et que le travail est approprié.

Les articles doivent convaincre le lecteur de la qualité de l'information qu'ils transmettent. L'information doit être présentée de manière à ce que le lecteur ait l'opportunité de l'évaluer par lui-même. Pour garantir la qualité de l'information et en augmenter la crédibilité, il faut tenir compte des exigences suivantes :

- Fournir les sources qui garantissent l'information présentée.
- Expliquer les méthodes de recueil des données utilisées.
- Établir les constructions théoriques sur des données objectives.
- Présenter et analyser les hypothèses rivales.
- Sélectionner un langage qui permette une lecture fluide et qui facilite la compréhension.

Quant à leur structure, les articles de recherche sont composés des parties suivantes :

- Le titre, qui doit être explicatif, bref, concis et informatif, et qui ne doit pas contenir d'abréviations.
- Les noms des auteurs et de leur filiation. Ils doivent être classés par ordre de contribution à l'article et les fonctions et titres ne doivent pas y figurer.
- Le résumé, un texte succinct qui comprend l'introduction, les objectifs, la méthodologie, les résultats, la discussion, les conclusions et les recommandations les plus pertinentes. Il doit aider le lecteur de l'article à identifier le contenu basique d'une manière rapide et exacte et à en déterminer la pertinence.
- Les mots-clés, qui décrivent le contenu de l'article. Ils ne sont pas choisis au hasard mais à partir d'un Thésaurus contrôlé.
- Le corps de l'article, constitué basiquement de l'introduction, des antécédents, du cadre théorique, de la méthodologie, de l'analyse et de la discussion des résultats, et des conclusions.
- Les références bibliographiques consultées et mentionnées dans l'article.
- De manière facultative, les annexes, qui comprennent la documentation pour compléter les résultats présentés ou vérifier des données.

Les **rapports scientifiques** doivent être rédigés en tenant compte du destinataire et doivent s'ajuster à ce qui est demandé. Comme dans tous les documents académiques, la rédaction doit être claire et simple, puisque l'objectif principal est de communiquer, de faire arriver l'information au destinataire. En tenant compte de ce destinataire, il convient que le document final soit attractif formellement (on peut y employer différentes polices de caractère pour attirer l'attention, inclure des graphiques, etc.).

Dans ce type de textes, il est nécessaire de citer correctement les sources et de maintenir une attitude de distance, analytique, par rapport à l'objet, au phénomène ou au fait qui est analysé. Dans le cas où le rapport comprendrait une partie d'évaluation (dans ce cas le rapport non seulement présente et analyse l'information, mais aussi l'évalue), la voix de l'auteur peut y être présente avec modération.

Le **compte rendu** est un texte qui présente une information et une évaluation critique de livres, d'articles, de travaux ou de n'importe quel autre type de création (recherches, cinéma, théâtre, etc...). Dans le domaine académique, le processus pour réaliser un compte rendu des œuvres poursuit trois objectifs fondamentaux : comprendre le texte, l'analyser en profondeur et en évaluer l'importance en rapport avec une large production bibliographique. En tant qu'instrument de communication entre deux ou trois personnes, il doit s'adapter au contexte.

Le compte rendu comprend deux parties principales : la description formelle de l'ouvrage analysé (auteur, titre, sous-titre, ville, maison d'édition, collection, numéro de la collection, année de publication et nombre de pages), et le corps, dans lequel le texte et l'auteur sont contextualisés, l'ouvrage résumé et où figure aussi l'évaluation personnelle avec des arguments justifiés.

À la fin des études universitaires de Tourisme, un travail académique doit être présenté, indispensable pour réussir. Au moment de le rédiger on doit :

- Définir clairement le sujet d'études et du domaine territorial sur lequel il porte, et déterminer l'échelle de travail et de la période chronologique traités.
- Rédiger une bonne introduction qui incite à la lecture du travail. Il est habituel de présenter le sujet, d'esquisser la méthode, de détailler les principaux problèmes de la recherche et d'expliquer les parties qui structurent le document.
- Déterminer les objectifs, à partir d'une question de recherche et des hypothèses de travail, en distinguant deux niveaux : des objectifs généraux, qui admettent un certain degré d'abstraction, et des objectifs spécifiques, qui doivent se matérialiser dans des thèmes concrets de l'étude. Il convient de s'assurer que tous les objectifs visés sont atteints dans le travail puisqu'ils sont un critère pris en compte au moment de l'évaluation du jury.
- Réviser la littérature en relation avec le sujet sélectionné pour savoir comment le monde scientifique l'a abordé précédemment et pouvoir ainsi définir le cadre théorique du travail.
- Spécifier la méthodologie ou les méthodologies appliquées, les méthodes de recueil et d'analyse des données utilisées et énumérer les ressources techniques, informatiques, etc. Si l'étude n'est pas une analyse empirique mais une application pratique, le poids de la méthodologie est beaucoup moins pertinent.
- Exposer les principaux résultats obtenus de la recherche qui a été réalisée.
- Présenter les principales conclusions, en mettant l'accent sur la contribution la plus pertinente. Elles peuvent aussi servir pour signaler les manques ou les obstacles de la recherche et pour orienter de futures recherches.
- Inclure la bibliographie avec les références consultées.

Les travaux académiques sont d'habitude des textes argumentatifs et analytiques destinés à des usagers spécialisés. Par conséquent, le langage qui est employé est concret et précis, avec une terminologie adéquate. La voix de l'auteur ne peut y figurer et c'est pour cette raison qu'il est recommandé de bien connaître les ressources linguistiques qui favorisent l'impersonnalité, comme l'utilisation de la troisième personne du singulier (*Ce travail apporte de nouvelles données sur les mouvements touristiques en*

France à la fin du siècle dernier.) ou la voix passive (*Dans ce travail deux objectifs généraux ont été soulevés.*).

En plus de tous les textes mentionnés, le futur professionnel du tourisme doit pouvoir maîtriser une typologie de textes écrits de nature très différente et diversifiée. A l'issue de sa formation, il doit être capable d'utiliser la langue dans des situations de communication professionnelle courante qui font partie de la communication interne et externe de l'entreprise via courriels, SMS professionnels et réseaux sociaux pour répondre à la demande d'un client et lui donner des renseignements ; prendre, modifier et confirmer une réservation ; échanger et organiser des événements avec d'autres professionnels... En plus, il devra rédiger d'autres types d'écrits touristiques tels que des factures, des devis, des notes de services, des comptes rendus, des lettres commerciales et de réclamation, des fiches de réservation et de messages, des menus, des recettes, et des prises de commande, etc.

Par ailleurs, quand il exercera son activité professionnelle il devra pouvoir écrire avec aisance des textes destinés au grand public tels que des brochures, des catalogues, des dépliants, des publicités, des prospectus, des affiches publicitaires, des programmes et circuits de caractère promotionnel et des guides et reportages de caractère non promotionnel.

Lors de ses études de tourisme, l'étudiant doit connaître le discours argumentatif caractérisant les écrits touristiques promotionnels. Pour informer, convaincre et séduire le destinataire, l'étudiant doit savoir utiliser les procédés stylistiques suivants : l'emploi de substantifs et d'adjectifs appréciatifs, de la nominalisation, des superlatifs, des comparatifs, etc.

En plus, il devra rédiger d'autres types d'écrits touristiques tels que des factures, des devis, des notes de services, des comptes rendus, des lettres commerciales et de réclamation, des fiches de réservation et de messages, des menus, des recettes, et des prises de commande, etc.

4 Conventions de l'écriture en tourisme

Citations textuelles et citations bibliographiques. Toute reproduction d'un autre ouvrage introduite dans le travail de l'étudiant doit être accompagnée de références précises. Les

normes qui sont utilisées pour les références et les citations bibliographiques en Tourisme sont celles de l'American Psychological Association (APA).

Les **citations textuelles**, c'est-à-dire, les extraits d'un autre auteur que nous voulons incorporer à notre texte figureront entre guillemets, dans la langue originale de la source ou traduits dans la langue de rédaction du document. La **citation bibliographique** (les données essentielles pour savoir d'où a été extrait le passage) doit apparaître après chaque citation textuelle. D'habitude, elle est à insérer dans le texte entre parenthèses, au moyen du système auteur-date (formé par le nom de l'auteur et l'année de publication, séparés par une virgule, et, de manière facultative, par la page dans laquelle apparaît le texte original).

Les études en rapport avec cette question démontrent que « la irrupció del turisme a la Costa Brava ha estat tan violenta i tan espectacular que pot arribar a emascarar els altres aspectes de l'evolució del paisatge i dels genres de vida en el transcurs dels darrers cinquanta anys » (Barbaza, 1988, 12).

Toutes les citations bibliographiques doivent présenter la **référence bibliographique** complète correspondant à la partie finale du document appelée *bibliographie* ou *références*, dans laquelle tous les textes cités dans le travail s'incluent dans l'ordre alphabétique, et aussi, chronologique.

Barbaza, Yvette (1988). El paisatge humà de la Costa Brava. 2 vol. Barcelona: Edicions 62.

Blasco Peris, Albert (2006). Tipologías turísticas: un análisis de las distintas modalidades turísticas y de su impacto en el medio y en la sociedad de acogida. Girona: Xarxa d'Escoles de Turisme.

Dans les citations bibliographiques, dans le cas où le nom de l'auteur apparaît dans le texte, on n'inclura que l'année et la page, séparés par une virgule.

Tel que l'affirme Yvette Barbaza (1988, 12), « el factor que primerament fa entrar en crisi l'equilibri harmoniós de les activitats de terra i de mar, produït al final del segle XIX, és l'acceleració dels progressos de les tècniques de circulació i de transport. »

S'il y a entre trois ou cinq auteurs, on écrit tous les noms la première fois qu'ils apparaissent ; à partir de la deuxième apparition, on écrit le nom du premier auteur et tout de suite après et al. (« et autres »).

Wasserstein, Zappulla, Rosen, Gerstman i Rock (1994) ont trouvé ... [la première fois]

Wasserstein et al. (1994) ont trouvé ... [à partir de la deuxième fois]

S'il y a plus de six auteurs, on écrit le nom du premier auteur et tout de suite après et al.

Barrett *et al.* (1998)

Dans le cas où on citerait différentes études, ces dernières sont séparées par un point-virgule.

Jonsson, 1994; Peterson *et al.*, 1996, 285-286

Si un auteur a publié plus d'un ouvrage la même année, on ajoute après l'année les lettres de l'alphabet, écrites en italique, pour éviter l'ambiguïté (on doit également ajouter ces lettres à la référence bibliographique correspondante).

(Blasco Peris, 2006a, 6)

(Blasco Peris, 2006b, 51)

Dans le cas où on n'utiliserait pas littéralement le texte, mais où on le réécrirait, c'est-à-dire si on en fait une paraphrase, il ne faut pas écrire le passage entre guillemets, mais en donner la citation bibliographique.

[paraphrase du deuxième exemple de ce chapitre]

L'accélération des progrès des techniques de circulation et de transport provoque principalement une crise dans l'équilibre des activités terre et mer, qui s'est produit à la fin du XIXe siècle. (Barbaza, 1988).

Tables, graphiques, tableaux, illustrations ou cartes. Au moment d'insérer dans le texte un élément quelconque, on doit tenir compte des considérations suivantes :

- Les titres doivent être descriptifs et pas trop longs.
- Tous les éléments doivent être numérotés pour pouvoir s'y référer sans ambiguïté. La numérotation peut être consécutive pour tout le document ou commencer à chaque nouveau paragraphe. Chaque type d'élément se numérote séparément du reste. Cette numérotation ainsi que les titres sont les éléments utilisés pour créer l'index correspondant.
- Tous les éléments inclus dans le document doivent apparaître avec leur référence dans le texte.
- Chaque élément doit inclure la source d'où il est extrait. Si on l'a réalisé soi-même, on doit l'indiquer avec une phrase comme *Élaboration propre*.
- On doit inclure la légende et l'échelle ou les unités de mesure quand c'est nécessaire.

Terminologie spécifique. Le tourisme est une langue de spécialité qui utilise une terminologie spécifique qu'il faut connaître et maîtriser pour transmettre les concepts. On peut voir ci-dessous quelques exemples de termes de spécialité et trouver dans les références finales des ressources terminologiques qui peuvent être utiles.

Un *visiteur* est une personne qui voyage vers un lieu différent de son environnement habituel pendant moins d'un an dans un but quelconque (de travail, de loisir ou autre) pour une organisation du lieu visité. Si le visiteur passe la nuit sur place, on parle de *touriste*, et sinon d'*excursionniste*.

On entend par *lieu de résidence habituel*, le lieu géographique dans lequel la personne réside habituellement, il se définit par la localisation de son lieu de résidence principal.

L'*environnement habituel* d'une personne est la zone géographique dans laquelle cette personne réalise les activités quotidiennes habituelles. Les *dépenses touristiques* font référence à la somme payée pour l'acquisition de biens et services de consommation et d'objets de valeur pendant les voyages touristiques et pour ces voyages.

En ce qui concerne les différents types de tourisme, on se réfère au *tourisme interne* quand les résidents d'un pays voyagent uniquement dans ce pays-là ; si ces résidents voyagent dans d'autres pays, il s'agit de *tourisme émetteur*, et on parle de *tourisme récepteur* quand le tourisme arrive dans un pays provenant d'autres pays. En partant de ces définitions, le *tourisme intérieur* comprend le tourisme interne et le tourisme récepteur, le *tourisme national*, le tourisme interne et le tourisme émetteur, et le *tourisme international*, le tourisme récepteur et le tourisme émetteur.

Quant au lexique habituel pour les réservations de logement, le terme *pax* se réfère à la place qu'occupe ou que peut occuper un passager ou, en général, n'importe quel client d'une entreprise du secteur touristique. L'ensemble des démarches qui se font à la réception d'un établissement d'hébergement pour qu'un hôte puisse occuper une chambre s'appelle *inscription (check-in)*. Et quand on se réfère aux démarches qui se font quand on quitte la chambre, on parle de départ ou de *régler la note (check-out)*. Ces chambres peuvent être de toutes sortes : chambres individuelles (SB, *single bed*), double (DB, *double bed* ; si elle a deux lits individuels on l'appelle TWIN), chambre double à usage individuel (DUSB, *double use single bedroom*), chambre triple, quadruple, etc, ou suite dotée d'une chambre et un salon.

Finalement, on appelle *surréservation* ou *overbooking* l'action d'une entreprise du secteur touristique qui accepte une réservation de places pour un hébergement, un voyage ou une activité supérieure au nombre de places réellement disponibles, dans le but de couvrir de possibles annulations et non présentations et de s'assurer ainsi une pleine occupation.

Codes IATA. Dans le but d'unifier internationalement les appellations qui se réfèrent aux aéroports, pays, monnaies ou langues entre autres, on utilise les codes de l'Association Internationale du Transport Aérien (AITA selon l'appellation anglaise). Voici quelques exemples parmi les appellations les plus utilisées dans le domaine du tourisme.

- Aéroports : MAD (Aéroport International de Barajas), PEK (Aéroport de Pékin)

- Pays : FRA (France), États-Unis (USA)
- Monnaies : CNY (yuan), USD (dollar)

Dans le chapitre suivant, nous ferons référence aux ouvrages et aux sites web intéressants en matière de tourisme.

5 Ouvrages et sites web d'intérêt

1. *Organisation Mondiale du Tourisme*. [<https://www.unwto.org/fr>]

L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) est une institution spécialisée des Nations unies destinée à promouvoir et à développer le tourisme et qui joue un rôle dans la promotion du développement du tourisme responsable, durable et accessible à tous, en veillant sur l'intérêt des pays en développement.

2. *FranceTerme*. Délégation générale à la langue française et aux langues de France. [<https://www.culture.fr/franceterme>]

Site internet consacré aux termes de différents domaines de spécialité recommandés par la Commission d'enrichissement de la langue française et publiés au Journal officiel de la République française. Il permet de rechercher l'équivalent français d'un terme étranger et d'en consulter la définition.

3. *Grand dictionnaire terminologique* (GDT). Office québécois de la langue française. [<https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/>]

Le DGT est une banque de fiches terminologiques sur des concepts liés à des domaines d'emploi spécialisés. Possibilité de rechercher l'équivalent français d'un terme étranger et d'en consulter la définition. Il présente les termes en français, anglais et parfois dans d'autres langues.

4. *Glossaire : les mots du tourisme*. [<https://www.monde-du-voyage.com/voyager/glossaire.php>]

Sur le site de l'agence de voyages Monde du voyage, nous trouverons ce glossaire complet de termes du tourisme.

5. *Le petit dico du tourisme*. [<https://emilieviret.files.wordpress.com/2012/01/lexique-complet-nlle-presentation.pdf>]

Le Petit Dico du Tourisme est un glossaire conçu pour aider les enseignants et les étudiants de français du tourisme. Cet outil a été jugé utile lors de la conception de

la méthode de français du tourisme et du guide pédagogique élaborés pour l'Université Nationale du Laos.

6. *Glossaire de termes hôteliers à maîtriser*. GE RH Expert. [<https://www.ge-rh.expert/glossaire-de-termes-hoteliers-a-maitriser/>]

Petit glossaire des termes les plus courants pour l'hôtellerie.

7. CARIOU, J.J. (2015). *Dictionnaire de marketing et e-commerce*. Éditions BPI.

Dictionnaire de marketing et de e-commerce utile pour connaître les termes du marketing (hôtellerie, tourisme et restauration) et le vocabulaire spécifique du e-commerce.

8. *IATA & ICAO Airport Codes*.

[https://www.flugzeuginfo.net/table_airportcodes_country-location_en.php]

Tableau de données qui montre les codes d'aéroport IATA et OACI de 4046 aéroports dans le monde.

Servei de Llengües (UAB), Serveis Lingüístics (UB), Servei de Llengües Modernes (UdG), Institut de Llengües (UdL), Servei Lingüístic i de Publicacions (URV)

Coordination : Virgínia Castillo, Enric Serra (UAB)

Auteur : Laura Llahí Ribó (avec l'assistance de Marta Juncadella)

Conseil : Raquel Camprubí, Núria Galí et Joaquim Majó

Adaptation : Geneviève Roubira

Révision linguistique : Nathalie Le Bris

Ce projet a reçu une subvention Interlingua de la Generalitat de Catalunya.

Date d'édition : mars 2020

Deuxième édition (adaptée aux critères d'accessibilité) : novembre 2023



Cette œuvre est soumise à une licence de Creative Commons Attribution Pas d'Utilisation Commerciale Pas de Modification 4.0. Vous pouvez la reproduire en entier pour des usages non commerciaux en citant la source : Servei de Llengües (Universitat Autònoma de Barcelona), Serveis Lingüístics (Universitat de Barcelona), Servei de Llengües Modernes (Universitat de Girona), Institut de Llengües (Universitat de Lleida), Servei Lingüístic i de Publicacions (Universitat Rovira i Virgili).

Adaptation réalisée avec les conseils du groupe Adaptabit et Mireia Ribera.