

De nos jours, le tourisme a connu un essor continu et s'est diversifié de plus en plus, au point de devenir un des secteurs économiques à la croissance la plus rapide du monde. C'est pourquoi beaucoup d'étudiants ont choisi la formation du tourisme pour faire leurs études à l'université mais ils rencontrent beaucoup de difficultés dans la compréhension des brochures, surtout dans la lecture et l'écriture. À partir de ces raisons là, nous avons décidé de faire une étude comparative des brochures des hôtels en France et au Vietnam.

Nous avons réalisé ce mémoire en trois chapitres principaux :

Dans le premier chapitre, nous avons présenté des aspects théoriques. Ce chapitre se composait de deux grandes parties. Dans la première partie, nous avons présenté la structure textuelle et les connaissances fondamentales de l'argumentation. Dans la deuxième partie, nous avons dans un premier temps défini la publicité et la brochure, et tracé ensuite la structure d'une brochure et aussi les stratégies de persuasion utilisées dans les brochures des hôtels.

Dans le deuxième chapitre, nous avons appliqué les connaissances théoriques pour analyser un corpus de brochure des hôtels en France et au Vietnam. À travers la comparaison de la structure dans ce corpus, nous avons montré les similitudes et les différences dans les brochures de deux pays. Tout d'abord, nous avons décrit la structure de ces brochures et puis nous avons donné les significations et nous avons comparé les caractéristiques de ces brochures. Nous trouvons qu'une brochure des hôtels en France et au Vietnam a des composantes importantes comme le nom de l'hôtel, les informations de contact, le slogan et les promotions, le plan de l'hôtel, les images de l'hôtel, la présentation générale de l'hôtel, le tarif des chambres et des services, l'accès à l'hôtel, l'itinéraire, les commentaires des clients et la traduction. Dans ce chapitre, en nous basant sur le corpus étant collecté et analysé dans notre recherche, nous

nous apercevons que les Français utilisent plus de composantes que les Vietnamiens, des brochures des hôtels en France sont plus attirantes et intéressantes. Et la brochure des hôtels en France est plus multiforme que celle des Vietnamiens. Nous avons trouvé les ressemblances et les différences de la brochure des hôtels dans les deux pays. En fait, il existe quelques mimiques et de nombreux composantes similaires dans les deux pays. Pourtant, les différences sont variées. D'une part , les Français donnent l'accès à l'hôtel, l'itinéraire et les commentaires des clients dans la brochure tandis que les Vietnamiens ne les utilisent pas souvent. D'autre part , il y a beaucoup de différences dans le choix de la couleur de la chambre, du nom de l'hôtel, de la présentation des composantes dans la brochure, etc.

Dans le troisième chapitre, nous avons présenté les stratégies de persuasion dans les brochures, et puis nous avons analysé les argumentations utilisées dans les brochures des hôtels en France et au Vietnam. Les brochures des hôtels de deux pays ont des ressemblances mais il existe aussi des points différents en raison de la culture et de la coutume. Les argumentations dans la brochure des hôtels en France et au Vietnam sont très diverses. Chacune possède de différentes stratégies de persuasion, chaque brochure exprime les argumentations par plusieurs façons différentes.