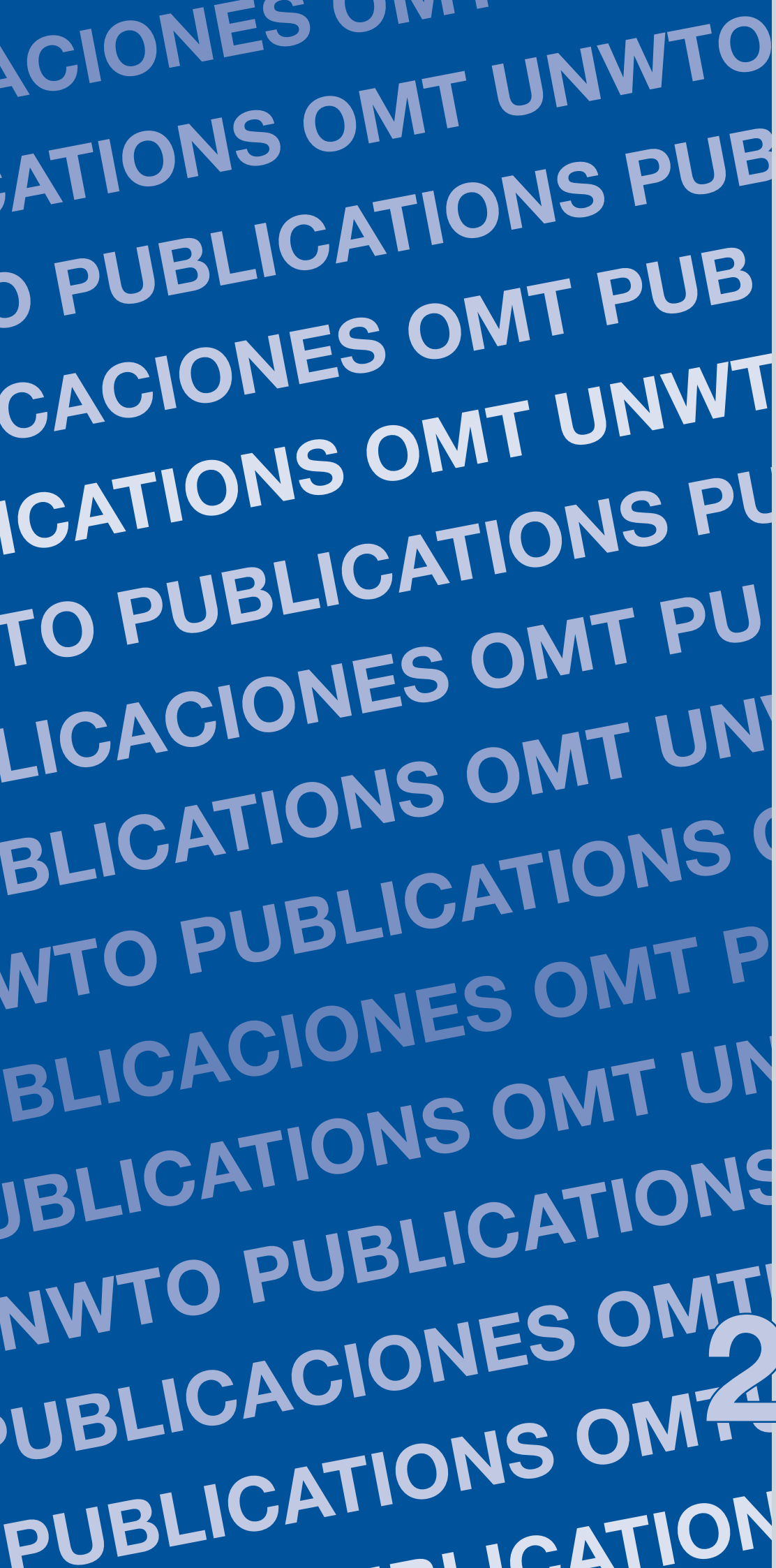




2010

UNWTO OMT OMT	3
Infoshop	4
Elibrary	4
Policy Política Politique	6
Directories and Documentation Repertorios y Documentación Répertoires et documentation	11
Education and Training Educación y Formación Éducation et formation	12
Sustainable Development Desarrollo Sostenible Développement durable	14
Culture, Ethics and Society Cultura, Ética y Sociedad Culture, éthique et société	22
Risk and Crisis Management Gestión de Riesgos y Crisis Gestion des risques et des crises	24
Quality Calidad Qualité	26
Market Research Estudios de Mercado Études de marchés	27
Statistics Publicaciones Generales en Estadísticas Publications en matière de statistiques	38
Tourism Forecasts Previsiones de Turismo Prévisions du tourisme	40
System of Tourism Statistics Sistema de Estadísticas de Turismo Système de statistiques de tourisme ...	41
The Tourism Satellite Account Proyecto de Cuenta Satélite de Turismo Project compte satellite du tourisme	43
Conferences and Seminars Conferencias y Seminarios Conférences et séminaires	46
Backlist Fondo Editorial Liste d'anciennes publications	52
List of Titles	54
Índice de Títulos	55
Liste de titres	56
Order from Hoja de pedido Bon de commande	57

E The World Tourism Organization (UNWTO) is the only intergovernmental organization established to offer an appropriate framework for the international consideration of tourism policy matters as well as other subjects of interest to the sector. Its global mission is to support sustainable tourism development yielding wealth, creating employment, and promoting better understanding between races, religions and human beings worldwide.

One of UNWTO's most important functions is to serve as a permanent source of information for its Members and the world community. The UNWTO fulfils this task in part through its extensive programme of publications and programme of electronic products. The broad span of these publications corresponds to the vast sweep both of the Organization's concerns and of the needs of its Members.

This catalogue includes all the publications and electronic products that are currently available from UNWTO and replaces the previous catalogue. Additional information on new titles is provided through our electronically distributed newsletter. If you would like to receive this information newsletter, please register at: www.unwto.org/infoshop under Mailing list.

The UNWTO aims to expand the scope, coverage and quality of our publications and electronic products, as well as the number of editions available in English, French, Spanish, Russian, Arabic and other languages. The Secretariat always welcomes feedback about any UNWTO product. If you would like to be kept informed about new publications, please contact us.

World Tourism Organization (UNWTO)

Department of Publications

Capitán Haya 42

28020 Madrid

Spain

Tel.: +34 915678100

Fax: +34 915713733

S La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el único organismo intergubernamental establecido con la finalidad de proporcionar una estructura apropiada para el estudio internacional de las cuestiones de política turística y de otros temas de interés para el sector. Su misión a escala mundial es dar apoyo al desarrollo turístico sostenible para crear prosperidad, producir empleo y fomentar un mejor entendimiento entre los seres humanos del mundo entero, cualquiera que sea su raza o su religión.

Una de las funciones más importantes que puede desempeñar la OMT es la de ser fuente permanente de información para sus Miembros y para la comunidad mundial. La OMT cumple en parte ese cometido por medio de su extenso programa de publicaciones y el programa de productos electrónicos recientemente lanzado. La diversidad de los campos que abarcan estas publicaciones responde a la amplitud de los intereses de la Organización y de las necesidades de sus Miembros.

El presente catálogo reseña todas las publicaciones y los productos electrónicos que ofrece actualmente la OMT, y sustituye al catálogo anterior. La información sobre los nuevos títulos que vayan apareciendo se facilitará por medio de nuestro boletín de distribución electrónica. Si desea recibir este boletín, inscribase en: www.unwto.org/infoshop en «Mailing list».

La OMT espera seguir aumentando el alcance, la cobertura y la calidad de sus publicaciones y productos electrónicos, así como el número de sus versiones en español, francés, inglés, ruso, árabe y otros idiomas. La Secretaría agradecerá recibir las opiniones de nuestros lectores sobre cualquier producto de la OMT. Si desea que le mantengamos informado de las nuevas publicaciones, sólo tendrá que solicitarlo.

Organización Mundial del Turismo (OMT)

Departamento de Publicaciones

Capitán Haya 42

28020 Madrid

España

Tel.: +34 915678100

Fax: +34 915713733

F L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) est la seule organisation intergouvernementale créée en vue d'offrir un cadre international approprié pour l'examen des problèmes de politique touristique et d'autres sujets intéressant le secteur. Sa mission planétaire est de soutenir le développement durable du tourisme, source de richesse, créateur d'emplois et facteur d'entente plus profonde entre les êtres humains de toutes races et religions partout dans le monde.

Une des fonctions les plus importantes de l'OMT est de servir de source permanente d'informations pour ses membres et pour la communauté mondiale. L'OMT s'acquitte en partie de cette tâche au moyen d'un vaste programme de publications et d'un programme de produits électroniques lancé récemment. Leur large éventail reflète l'étendue tant du champ d'intérêt de l'Organisation que des besoins de ses membres.

Le présent catalogue, qui remplace le précédent, comprend l'ensemble des publications et des produits électroniques qu'offre actuellement l'OMT. Par ailleurs, un bulletin diffusé par voie électronique renseigne sur les nouveaux titres au fur et à mesure de leur parution. Si vous souhaitez le recevoir, il vous suffit de vous inscrire à la rubrique «Liste de diffusion» du site www.unwto.org/infoshop.

L'OMT entend accroître la portée et la diversité de ses publications et produits électroniques, en améliorer la qualité et en augmenter le nombre d'éditions en français, en anglais, en espagnol, en russe, en arabe et dans d'autres langues. Si vous voulez faire part au Secrétariat de vos réactions concernant un produit de l'OMT ou si vous désirez être tenu au courant des nouvelles publications, veuillez vous adresser à:

L'Organisation mondiale du tourisme (OMT)

Publications

Calle Capitán Haya, 42

28020 Madrid

Espagne

Téléphone: (34 91) 567 81 00

Télécopieur: (34 91) 571 37 33

Infoshop:

Tel.: +34 915678106

E-mail: infoshop@unwto.org

web: www.unwto.org/infoshop

Elibrary:

Tel.: +34 915679301

E-mail: elibrary@unwto.org

web: www.e-unwto.org

E All publications contained in this catalogue can be purchased online through our Infoshop at www.unwto.org/infoshop or by using our regional distributors. An up-to-date list of our distributors is available at www.unwto.org/pub/distrib.htm. The simple structure of our Infoshop allows for a quick evaluation of the publications you need. Advanced purchase options make ordering easy and fast. You can follow-up on the status of your orders through your personal account and an E-mail Newsletter allows you to receive an automatic update of all our new publications.

Publications:

All publications are presented with an abstract, the table of contents and all relevant information such as number of pages, price, languages available, year published and ISBN number.

Payment and Shipping:

We accept credit card payments of all major credit card companies. Shipments can be ordered either by Economic shipping or by Express using DHL or UPS (see also pages 57 and 58).

Currency Selection:

All prices in the UNWTO Infoshop are priced in US Dollar and Euro.

S Todas las publicaciones que aparecen en este catálogo pueden adquirirse en línea a través de la Infoshop en www.unwto.org/infoshop o a través de nuestros distribuidores regionales. La lista actualizada de distribuidores puede consultarse en: www.unwto.org/pub/distrib.htm.

La sencillez de la estructura de nuestra Infoshop le permite una evaluación rápida de las publicaciones que necesita. Las opciones avanzadas de compra facilitan y agilizan los pedidos. Puede comprobar el estado en que se encuentra su pedido a través de su cuenta personal. Mediante un boletín electrónico recibirá automáticamente información sobre todas nuestras nuevas publicaciones.

Publicaciones:

Todas las publicaciones se presentan con un resumen, un índice y otra información de interés como el número de páginas, el precio, los idiomas disponibles, el año de publicación y el ISBN.

Pagos y envíos:

Aceptamos pagos con las principales tarjetas de crédito. Los envíos pueden pedirse por correo económico o por servicio de mensajería de DHL o UPS (véanse también las páginas 57 y 58).

Selección de divisa:

Todos los precios de la Infoshop de la OMT figuran en dólares de los Estados Unidos y en euros.

F Toutes les publications figurant dans ce catalogue peuvent être achetées en ligne par l'intermédiaire de notre Infoshop (www.unwto.org/infoshop) ou en s'adressant à nos distributeurs régionaux. La liste à jour de nos distributeurs est disponible sur la Toile: www.unwto.org/pub/distrib.htm.

La simplicité de la structure de notre Infoshop permet une évaluation rapide des publications dont vous avez besoin. Les modes d'achat avancés rendent la commande facile et rapide. Il vous est loisible de suivre la situation de vos commandes en consultant votre compte personnel. Il existe un bulletin envoyé par courriel qui, si vous souhaitez le recevoir, vous tiendra automatiquement au courant de tous nos nouveaux ouvrages.

Publications

La présentation de toutes les publications comprend un abrégé, la table des matières et tous les renseignements utiles comme le nombre de pages, le prix, les langues disponibles, l'année de parution et l'ISBN.

Règlement et envoi

Nous acceptons le règlement par carte de crédit de n'importe laquelle des grandes sociétés émettrices. L'envoi des publications commandées peut se faire par la voie économique ou par courrier exprès (DHL ou UPS). Voir aussi pages 57 et 58.

Choix de la devise

Dans l'Infoshop de l'OMT, tous les prix sont indiqués en dollars des États-Unis et en euros.

E The Elibrary is a website that was launched in 2003 to offer the largest collection of publications and reports by the UNWTO. It includes more than 1000 publications and nearly 900 tables with data published by the UNWTO since 1970, and is without a doubt the biggest collection of publications in the field of tourism available online.

It is the solution for libraries, companies and official organizations. Modern, effective, fast and intuitive, it provides solutions to your questions in the field of tourism.

The **Tourism Factbook** is a complement to the books and documents found in the Elibrary. It offers access to the most up-to-date statistics on inbound and outbound tourism and other indicators for more than 200 countries and territories, all available in PDF or Excel spreadsheet format.

Features:

E-books:

- View digitized books online with visible summary.
- New display of publications doesn't require download of PDFs.

Search Options:

- Choose between a Quick Search and an extensive Advanced Search.
- Search by Category, Country, Title, Subject and Year.

Access Models:

- We offer suitable access models for different user groups, from small academic institutions to large universities or companies.

Easy Access:

- Shortest click stream possible.
- Homepage offers extensive content.
- All statistical data quickly accessible.

Coverage:

- Includes all publications published by UNWTO since 1975.
- Makes it the biggest collection of works in the field of tourism.

Multi-Language Interface:

- Spanish, French, English, Russian and Arabic.

E-Alerts:

- Subscribe and receive automatically the latest updates and information about new documents added into the Elibrary.

S Elibrary es un sitio web que nació en el año 2003 para ofrecer la más amplia colección de publicaciones e informes de la OMT. Incluye más de 1000 publicaciones y cerca de 900 tablas con datos editados por la OMT desde el año 1970, siendo sin duda, la mayor colección de publicaciones online en el ámbito del turismo.

Es la solución para bibliotecas, universidades, empresas y organismos oficiales. Moderno, eficaz, rápido e intuitivo, Brinda las soluciones para sus preguntas en el ámbito del turismo.

El **Tourism Factbook** es un complemento de los libros y documentos que encuentra. Le ofrece un acceso a las estadísticas más actuales del turismo receptor-emisor, además de otros indicadores de más de 200 países y territorios, todos ellos disponibles en formato PDF u Hoja de cálculo Excel.

Características:

Libros electrónicos:

- Consulte en línea libros digitalizados con un resumen visible.
- La nueva presentación de las publicaciones no requiere descargar los documentos en PDF.

Opciones de búsqueda:

- Elija entre la "Búsqueda rápida" y la "Búsqueda avanzada"
- Busque por categoría, país, título, tema y año.

Modelos de acceso:

- Ofrecemos modelos de acceso adaptados a diferentes grupos de usuarios, desde pequeñas instituciones académicas hasta grandes universidades y empresas.

Fácil acceso:

- Pulse el mínimo número de veces posible.
- La página de inicio ofrece un extenso contenido.
- Acceso rápido a todos los datos estadísticos.

Cobertura:

- Incluye todas las publicaciones editadas por la OMT desde 1975.
- Se trata de la mayor colección de obras en el ámbito del turismo.

Interfaz plurilingüe:

- Español, francés, inglés, ruso y árabe.

Avisos por correo electrónico:

- Suscríbese y recibirá automáticamente las últimas novedades e información sobre los nuevos documentos incorporados a la biblioteca virtual.

F Elibrary est un site internet créé en 2003 pour mettre à votre disposition la plus importante collection de documents et de rapports de l'OMT. Il regroupe plus de 1 000 documents et près de 900 tableaux de données produits par l'OMT depuis 1970, ce qui en fait sans aucun doute la collection la plus importante d'informations disponibles en ligne concernant le secteur du tourisme.

Elibrary est la solution pour les bibliothèques, les universités, les entreprises et les organismes officiels. Moderne, efficace, rapide et intuitif, il répond aux questions que vous vous posez dans le domaine du tourisme.

Le **Tourism Factbook** est un complément aux livres et aux documents que vous trouvez sur Elibrary. Il vous donne accès aux statistiques les plus récentes du tourisme récepteur et émetteur, et fournit également des informations sur plus de 200 pays et territoires, toutes disponibles en format PDF ou sur feuille de calcul Excel.

Caractéristiques:

Cyberlivres:

- Visualisez en direct les ouvrages numérisés et leur résumé.
- Le nouvel affichage des publications ne requiert pas le téléchargement de fichiers PDF.

Modes de recherche:

- Choisissez entre la recherche rapide et la recherche poussée et approfondie.
- Faites votre recherche par catégorie, pays, titre, sujet et année.

Modalités d'accès:

- L'OMT offre des modalités d'accès adaptées aux divers groupes d'utilisateurs, des petits établissements universitaires aux grandes universités ou entreprises.

Facilité d'accès:

- Parcourez le plus court possible
- Page d'accueil au vaste contenu.
- Accès rapide à toutes les données statistiques.

Fonds de la bibliothèque:

- Il comprend toutes les publications de l'OMT parues depuis 1975.
- Il en fait la plus grande collection d'ouvrages dans le domaine du tourisme.

Interface multilingue:

- Anglais, espagnol, français, russe et arabe.

E-Alerts:

- Abonnez-vous et recevez automatiquement les dernières mises à jour et les informations les plus récentes sur les nouveaux documents de la bibliothèque virtuelle.

UNWTO Basic Documents (Third Edition)

Documentos básicos de la OMT (tercera edición) | Documents de base de l'OMT (troisième édition)



1994 | 144 p. | € 15

ISBN English: 978-92-844-0094-2

ISBN Spanish: 978-92-844-0096-6

ISBN French: 978-92-844-0095-9

E This book provides a general introduction to the role and functions of the World Tourism Organization (UNWTO), highlighting and outlining the main objectives and achievements of the Organization. It includes the statutory texts, the most important guidelines, rules, agreements and principles of the World Tourism Organization (UNWTO).

Contents

- Statutes of the World Tourism Organization
- Financial regulations of the World Tourism Organization
- Formula for fixing the contributions of Member States of the World Tourism Organization
- Rules of procedure of the General Assembly of the World Tourism Organization
- Guiding principles for the conduct of elections by secret ballot
- Rules of procedure of the Executive Council of the World Tourism Organization
- Rules of procedure of the Committee of Affiliate Members of the UNWTO
- Convention between the World Tourism Organization and Spain concerning the Organization's legal status in Spain
- Agreement on cooperation and relationships between the United Nations and the World Tourism Organization
- Agreement between the United Nations Development Programme and the World Tourism Organization

S Esta obra proporciona una introducción general al papel y a las funciones de la Organización Mundial del Turismo, ya que señala los principales objetivos y logros de la Organización. La publicación contiene los textos estatutarios, las directrices, los reglamentos, los acuerdos y los principios más importantes de la Organización Mundial del Turismo.

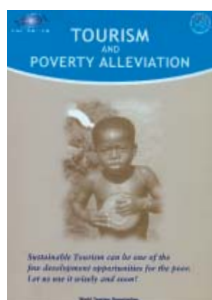
Índice

- Estatutos de la Organización Mundial del Turismo
- Reglamento financiero de la Organización Mundial del Turismo
- Fórmula de fijación de las contribuciones de los Estados Miembros de la Organización Mundial del Turismo
- Reglamento de la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo
- Normas generales para las elecciones por votación secreta
- Reglamento del Consejo Ejecutivo de la Organización Mundial del Turismo
- Reglamento del Comité de Miembros Afiliados de la Organización Mundial del Turismo
- Convenio entre la Organización Mundial del Turismo y España sobre el estatuto jurídico de la Organización en España
- Acuerdo sobre cooperación y relaciones entre las Naciones Unidas y la Organización Mundial del Turismo
- Acuerdo entre el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo y la OMT

F On trouvera dans cet ouvrage une présentation générale du rôle et des fonctions de l'Organisation mondiale du tourisme, aux côtés de ses principaux objectifs et réalisations. Ce livre contient notamment les textes statutaires, les principales lignes directrices, règles, accords et principes qui régissent la vie de l'Organisation mondiale du tourisme.

Table des matières

- Statuts de l'Organisation mondiale du tourisme
- Règlement financier de l'OMT
- Formule de fixation des parts contributives des Etats Membres de l'OMT
- Règlement intérieur de l'Assemblée générale de l'OMT
- Directives générales pour la conduite des élections au scrutin secret
- Règlement intérieur du Conseil exécutif de l'OMT
- Règlement intérieur du Comité des Membres affiliés de l'OMT
- Convention entre l'OMT et l'Espagne relative au statut juridique de cette Organisation en Espagne
- Accord complémentaire relatif à la coopération du Gouvernement espagnol avec l'OMT
- Accord sur la coopération et les relations entre l'ONU et l'OMT
- Accord entre le Programme des Nations Unies pour le développement et l'OMT



2002 | 116 p. | € 10

ISBN English: 978-92-844-0549-7
ISBN Spanish: 978-92-844-0600-5
ISBN French: 978-92-844-0593-0

E One of the cornerstones of sustainable tourism – ecological, social and economic – to which UNWTO is committed, is the well being of poor communities and their environment. Tourism can play a significant part in balanced sustainable development and generate benefits for the poor. The World Tourism Organization is convinced that the power of tourism – one of the most dynamic economic activities of our time – can be more effectively harnessed to address the problems of poverty more directly.

This report reflects the World Tourism Organization's concern that the benefits of tourism should be widely spread in society and that the poor should benefit from tourism development. It reviews current experience of tourism and poverty reduction in order to identify what is known about the contribution, which the tourism industry can make to the elimination of poverty; and makes recommendations for action by government, the industry, development agencies and local communities.

Contents

- Tourism and National Development
- Tourism and Local Economic Development
- Tourism Specifically Benefiting the Poor
- Conclusions and Recommendations
- Annexes

S Uno de los pilares del turismo sostenible – desde los puntos de vista ecológico, social y económico –, con el que está comprometida la OMT, es el bienestar de las comunidades pobres y su medio ambiente. El turismo puede desempeñar un papel importante en favor de un desarrollo sostenible equilibrado y producir beneficios para los pobres. La OMT está convencida de que el poder del turismo – una de las actividades económicas más dinámicas de nuestro tiempo – puede encauzarse más eficazmente para tratar los problemas de la pobreza de una forma más directa. Este informe refleja la preocupación de la OMT por que los beneficios del turismo se distribuyan ampliamente en la sociedad y los pobres se beneficien del desarrollo turístico. En él se examina la experiencia acumulada hasta ahora de la relación del turismo con la lucha contra la pobreza, con el fin de averiguar la contribución que puede aportar el sector a la erradicación de la pobreza, y se formulan recomendaciones para la acción de los gobiernos, del sector empresarial, de los organismos de desarrollo y de las comunidades locales.

Índice

- Turismo y desarrollo nacional
- Turismo y desarrollo económico local
- Turismo en beneficio específico de los pobres
- Conclusiones y recomendaciones
- Anexos

F Une des pierres angulaires du tourisme durable que l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) s'engage à encourager sous ses angles écologique, social et économique est le bien-être des communautés pauvres et la protection de leur environnement. Le tourisme peut jouer un rôle important dans le développement durable équilibré et profiter aux pauvres. L'OMT est convaincue qu'il est possible d'exploiter avec davantage d'efficacité la force du tourisme, une des branches d'activité les plus dynamiques de notre temps, pour s'attaquer plus directement aux problèmes de la misère. Cette étude reflète le souci qu'a l'OMT que les avantages du tourisme soient largement répartis dans la société et que les plus démunis bénéficient de son développement. Elle examine l'expérience acquise jusqu'à présent en la matière afin de définir ce que l'on sait des possibilités de contribution du secteur touristique à la réduction, voire à l'élimination de la pauvreté et elle fait des recommandations concernant les actions à entreprendre dans ce but par l'État, les professionnels, les organismes de développement et les communautés locales.

Table des matières

- Le tourisme et le développement national
- Le tourisme et le développement économique local
- Le tourisme au service des pauvres
- Conclusions et recommandations
- Annexes

Tourism and Poverty Alleviation – Recommendations for Action

Turismo y atenuación de la pobreza – Recomendaciones para la acción | Le tourisme et la réduction de la pauvreté – Recommandations pour l'action



2004 | 48 p. | € 6

ISBN English: 978-92-844-0701-9
ISBN Spanish: 978-92-844-0714-9
ISBN French: 978-92-844-0712-5

E Poverty alleviation has become an essential condition for peace, environmental conservation and sustainable development, besides being an ethical obligation in an affluent world, where the divide between poor and rich nations seems to have increased in recent years. At the same time – while international and domestic tourist movements continue to grow – there is stronger evidence that tourism, if developed and managed in a sustainable manner, can make a significant contribution to alleviate poverty especially in rural areas where most of the poor live and where there are very few other development options.

The World Tourism Organization is pleased to offer to the international community, and especially to those people and institutions who take decisions in the field of tourism or that indirectly affect tourism, this second publication in a series on Tourism and Poverty Alleviation.

Contents

- Harnessing the power of tourism
- Why is tourism important for poverty?
- Goals and principles
- Mechanisms for maximising benefits for the poor
- A framework for action

S La atenuación de la pobreza se ha convertido en una condición esencial para la paz, la conservación del medio ambiente y el desarrollo sostenible, además de constituir una obligación moral en un mundo opulento, en el que la distancia entre naciones pobres y ricas parece haber aumentado en los últimos años. Al mismo tiempo, mientras los movimientos internacionales y nacionales de turistas siguen incrementándose, cada vez es más evidente que el turismo, si se gestiona de forma sostenible, puede contribuir significativamente a mitigar la pobreza, especialmente en las zonas rurales, donde viven mayoritariamente las poblaciones más desfavorecidas y las demás opciones de desarrollo son escasas. La Organización Mundial del Turismo se complace en ofrecer a la comunidad internacional, y especialmente a las personas e instituciones con poder de decisión en el campo del turismo o en cuestiones indirectamente vinculadas, esta segunda publicación de una serie sobre "Turismo y atenuación de la pobreza".

Índice

- Aprovechar el poder del turismo
- ¿Por qué es importante el turismo para la pobreza?
- Objetivos y principios
- Mecanismos para maximizar los beneficios para los pobres
- Un marco para la acción

F La reducción de la pobreza es devenue une condition essentielle à la paix, à la protection de l'environnement et au développement durable, outre qu'il s'agit d'une obligation morale dans un monde d'abondance où, la fracture entre pays pauvres et pays riches semble s'être aggravée. Alors que la croissance du tourisme international et du tourisme interne se poursuit, il est de plus en plus évident que, s'il est géré de façon durable, le tourisme peut grandement contribuer à soulager la misère, surtout dans les zones rurales, où habitent la plupart des pauvres et pour lesquelles il existe très peu d'autres formules de mise en valeur. L'OMT est heureuse d'offrir ce deuxième ouvrage de la collection Tourisme et réduction de la pauvreté à la communauté internationale et, particulièrement, aux personnes et aux institutions qui prennent des décisions dans le domaine du tourisme. Le premier, lancé en août 2002 à l'occasion du Sommet mondial pour le développement durable, examinait plusieurs cas dans divers pays où le tourisme avait joué un rôle fondamental dans le recul de la misère.

Table des matières

- Tirer parti de la force du tourisme
- Pourquoi le tourisme est-il important pour lutter contre la pauvreté?
- Objectifs et principes
- Mécanismes de maximisation des avantages du tourisme pour les pauvres
- Cadre d'action



2006 | 148 p. | € 12

ISBN English: 978-92-844-0920-4

ISBN Spanish: 978-92-844-0922-8

ISBN French: 978-92-844-0921-1

E With a view to further support governments and other institutions in their endeavours, UNWTO has produced this publication in the series on Tourism and Poverty Alleviation, including concrete examples of private or public tourism projects and operations that have been presented by UNWTO Member States as good, sustainable practices in poverty reduction through tourism. In total, 26 cases were received from 20 countries around the world.

Based on the seven approaches to alleviate poverty, outlined in the previous publication *Tourism and Poverty Alleviation – Recommendations for Action*, this publication gives practical examples on their implementation.

Contents

- | | |
|-------------------------------|--|
| – Summary and main conclusion | – Kazakhstan |
| – Argentina | – Mali, Mauritius, Mexico, Morocco, Mozambique |
| – Bolivia | – Nicaragua |
| – Chile, China | – Philippines |
| – Ecuador, Ethiopia | – Saudi Arabia, South Africa |
| – Honduras | – Zimbabwe |
| – Indonesia | |
| – Jordan | |

S Con el fin de seguir dando apoyo a los gobiernos y otras instituciones en sus actividades, la OMT ha preparado esta publicación de la serie “Turismo y atenuación de la pobreza”, en la que se presentan ejemplos concretos de operaciones y proyectos turísticos de los sectores público y privado, aportados por Estados Miembros de la Organización como buenas prácticas sostenibles de reducción de la pobreza por medio del turismo. En total, se recibieron 26 casos de 20 países.

Basada en los siete mecanismos de reducción de la pobreza señalados en la publicación anterior, *Turismo y atenuación de la pobreza – Recomendaciones para la acción*, esta publicación ofrece ejemplos reales de su puesta en práctica.

Índice

- Resumen y conclusiones principales
- Arabia Saudita, Argentina
- Bolivia
- Chile, China
- Ecuador, Etiopía
- Honduras, Indonesia
- Jordania
- Kirguistán
- Malí, Marruecos, Mauritania, México, Mozambique
- Nicaragua
- Sudáfrica
- Zimbabwe

F Afin de continuer à soutenir les efforts des gouvernements et d'autres institutions, l'OMT a édité ce nouvel ouvrage de la collection « Tourisme et réduction de la pauvreté », qui comprend des exemples concrets de projets et d'activités touristiques du secteur privé ou du secteur public que plusieurs de ses États membres lui ont présentés comme de bonnes pratiques durables en matière de lutte contre la pauvreté par le tourisme. En tout, il a été reçu vingt-six études de cas de vingt pays.

Se fondant sur les sept démarches décrites précédemment dans *Le tourisme et la réduction de la pauvreté – Recommandations pour l'action*, cette publication illustre la mise en pratique.

Table des matières

- Résumé et conclusions principales
- Afrique du Sud, Arabie saoudite, Argentine
- Bolivie
- Chili, Chine
- Équateur, Éthiopie
- Honduras
- Indonésie
- Jordanie
- Kazakhstan
- Mali, Maurice, Mexique, Maroc, Mozambique
- Nicaragua
- Philippines
- Zimbabwe

Tourism, Microfinance and Poverty Alleviation

Turismo, microfinanzas y reducción de la pobreza | Tourisme, microfinance et réduction de la pauvreté



2005 | 62 p. | € 10

ISBN English: 978-92-844-0808-5

ISBN Spanish: 978-92-844-0809-2

ISBN French: 978-92-844-0807-8

E Tourism can contribute to the fight against poverty in developing countries, and specifically in the least developed countries. However, this potential is closely linked to the accessibility of financing sources. With the aim of finding solutions to the numerous problems involved in the financing of tourism development initiatives especially for small enterprises and microbusinesses in developing countries, the UNWTO and PlaNet Finance studied the possibilities of adapting microcredit to the specific needs of the tourism sector. This report presents recommendations for small tourism enterprises and microbusinesses, as well as microfinance institutions, with the objective of bringing them together and stimulate tourism development that benefits the poor. It encourages governments and MFIs to adapt lending terms to the specific characteristics of tourism activity and poor populations.

Contents

- | | |
|--|--|
| – Tourism in the world and in developing countries | – The structure of the tourism sector |
| – Tourism and poverty; Seven approaches for achieving benefits for the poor from tourism development; Implementation of tourism development projects to reduce poverty; SMEs in the tourism sector | – SMEs and the three approaches to poverty reduction through tourism; SMEs and the fragmented structure of tourism |
| | – Financing tourism SMEs and the role of microcredit |
| | – Possibilities offered by microcredit |

S El turismo puede contribuir a la lucha contra la pobreza en los países en desarrollo. Sin embargo, este potencial está vinculado con la accesibilidad a las fuentes de financiación. Con miras a hallar soluciones a los problemas que conlleva la financiación de las iniciativas de desarrollo turístico, especialmente para las pequeñas y microempresas, la OMT ha iniciado una reflexión junto con PlaNet Finance sobre las posibilidades de adaptar el microcrédito a las necesidades del sector. Este informe provee recomendaciones, tanto a las micro y pequeñas empresas turísticas como a las instituciones de microfinanzas, a fin de estimular un acercamiento entre unas y otras en pro de un desarrollo turístico que favorezca a los pobres. El informe alienta a los gobiernos y a las IMF a adaptar las condiciones para la concesión de préstamos a las especificidades de la actividad turística y de las poblaciones pobres.

Índice

- El turismo en el mundo y en los países en desarrollo
- El turismo y la pobreza
- La estructura del sector turístico
- Las PYME y los tres métodos para reducir la pobreza a través del turismo; Las PYME y la estructura fragmentada del turismo
- Financiación de las PYME turísticas y la función del microcrédito; Posibilidades que ofrece el microcrédito

F Le tourisme peut contribuer à la lutte contre la pauvreté dans les pays en développement. Cependant, ce potentiel est lié à l'accessibilité aux sources de financement. Dans le but de rechercher des solutions aux problèmes du financement des initiatives de développement touristique, particulièrement pour les micro et petites entreprises, l'OMT a amorcé une réflexion avec une institution de la microfinance, PlaNet Finance, sur les possibilités d'adapter le microcrédit aux besoins du secteur touristique. Ce rapport présente des recommandations, tant aux micro et petites entreprises touristiques qu'aux institutions de microfinance, afin de stimuler le rapprochement entre celles-ci en faveur d'un développement touristique qui bénéficie aux pauvres. Le rapport incite les gouvernements et les IMF à adapter les conditions d'octroi de prêts aux spécificités de l'activité touristique et des populations pauvres.

Table des matières

- Le tourisme dans le monde et dans les pays en développement
- Le tourisme dans le monde
- La structure du secteur touristique
- Les PME et les trois approches de réduction de la pauvreté par le tourisme; Les PME et la structure éclatée du tourisme
- Le financement des PME touristiques et le rôle du microcrédit; Les possibilités offertes par le microcrédit

Enhancing the Economic Benefits of Tourism for Local Communities and Poverty Alleviation

Aumentar los beneficios económicos del turismo para las comunidades locales y la reducción de la pobreza 2002 | 65 p. | € 15
ISBN English: 978-92-844-0588-6

La valorisation de l'apport économique du tourisme pour les communautés locales et la réduction de la pauvreté

E This study on *Enhancing the Economic Benefits of Tourism for Local Communities and Poverty Alleviation* is based on the document that was presented in a seminar that took place at Petra, Jordan, on 20 June 2002 within the framework of the 68th session of the UNWTO Executive Council. The document has been complemented by the addition of ten case studies that were presented by the Council members during the seminar. These case studies highlight either the countries' national policies and approaches to community-based tourism or specific projects that are considered success stories.

S Este estudio se basa en un documento presentado durante un seminario celebrado en Petra (Jordania) el 20 de junio 2002, en el marco de la 68ª reunión del Consejo Ejecutivo de la OMT. Al documento se han añadido diez estudios de casos reales presentados por miembros del Consejo durante el seminario, en los que se describen las políticas y enfoques de diversos países en relación con el turismo de base comunitaria o proyectos específicos de éxito.

F Cet ouvrage se fonde sur le document présenté le 20 juin 2002 au séminaire de Pétra, en Jordanie, dans le cadre de la soixante-huitième session du Conseil exécutif de l'OMT. Dix études de cas que les membres du Conseil avaient préparées pour le séminaire complètent ce document de base. Elles éclairent soit les politiques des pays et leur conception du tourisme reposant sur les communautés, soit des projets déterminés considérés comme des réussites.

Tourism in the Least Developed Countries

Turismo en los países menos adelantados 2001 | 392 p. | € 25
ISBN English: 978-92-844-0451-3

Le tourisme dans les pays les moins avancés

E To draw attention to the valuable economic opportunities which tourism can create, the World Tourism Organization and UNCTAD organized a High Level Meeting on Tourism and Development in the Least Developed Countries. This publication is a collection of the presentations and discussion papers delivered during this meeting. It provides recommendations on how developing countries can present and enhance their tourism resources in order to compete in the international marketplace.

S Para llamar la atención sobre las valiosas oportunidades económicas que puede ofrecer el turismo, la Organización Mundial del Turismo y la UNCTAD organizaron una reunión de alto nivel sobre turismo y desarrollo en los países menos adelantados. La presente publicación reúne las presentaciones y los documentos de trabajo distribuidos durante esa reunión y ofrece recomendaciones a los países en desarrollo sobre cómo presentar y realzar sus recursos turísticos para poder competir en el mercado internacional.

F Pour attirer l'attention sur les intéressantes possibilités économiques qu'offre le tourisme, l'Organisation mondiale du tourisme et la CNUCED ont organisé une réunion de haut niveau sur le tourisme et le développement dans les pays les moins avancés. Cette publication en rassemble les exposés et les documents de travail. Y figurent également des recommandations sur la façon dont les pays en développement peuvent présenter et mettre en valeur leurs ressources touristiques afin de faire face à la concurrence sur le marché international.

Set: Poverty Alleviation



E For more information, see pages 7 to 9.

This collection contains

- Tourism and Poverty Alleviation
- Tourism and Poverty Alleviation – Recommendations for Action
- Poverty Alleviation Through Tourism – A Compilation of Good Practices
- Tourism, Microfinance and Poverty Alleviation
- Enhancing the Economic Benefits of Tourism for Local Communities and Poverty Alleviation
- Tourism in the Least Developed Countries

Colección: Atenuación de la pobreza | Collection: Réduction de la pauvreté

2009 | 6 reports: € 60

ISBN Collection of 6 reports

English: 978-92-844-1324-9
Spanish: 978-92-844-1325-6
French: 978-92-844-1326-3

S Véanse las páginas 7 a 9 para mayor información.

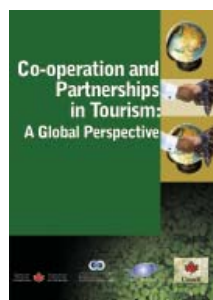
Esta colección contiene

- Turismo y atenuación de la pobreza
- Turismo y atenuación de la pobreza – Recomendaciones para la acción
- Reducción de la pobreza por medio del turismo – Una compilación de buenas prácticas
- Turismo, microfinanzas y reducción de la pobreza
- Enhancing the Economic Benefits of Tourism for Local Communities and Poverty Alleviation (sólo en inglés)
- Tourism in the Least Developed Countries (sólo en inglés)

F Voir pages 7 à 9 pour plus d'information.

Cette collection contient

- Le tourisme et la réduction de la pauvreté
- Le tourisme et la réduction de la pauvreté – Recommandations pour l'action
- La réduction de la pauvreté par le tourisme – Un recueil de bonnes pratiques
- Tourisme, microfinance et réduction de la pauvreté
- Enhancing the Economic Benefits of Tourism for Local Communities and Poverty Alleviation (seulement en anglais)
- Tourism in the Least Developed Countries (seulement en anglais)



2003 | 148 p. | € 30

ISBN English: 978-92-844-0601-2

ISBN Spanish: 978-92-844-0772-9

ISBN French: 978-92-844-0602-9

E The aim of this study is to give inspiration and guidance on how to build, implement and further develop partnerships – focusing on strategic and operational issues in partnering and lessons learned from past partnering experiences. By examining cases from all regions of the world and from several different areas in tourism, the study provides insight that can be applied beyond the specific cultural and economic contexts of each case. As tourism is increasingly becoming a sector successfully built on co-operation and partnerships, we trust that this study is a valuable resource for anyone interested in Public-Private Sector Cooperation.

Contents

- | | |
|--|---|
| – Creating and Maintaining Partnerships | – Creating a tourist cluster:
The Armada Hotel, Istanbul |
| – Case Studies | – Restructuring Nepal's National Tourism
Organization: The Nepal Tourism Board |
| – Revitalizing a core tourism asset:
Hungary's spa and wellness industry | |
| – Sustaining a mature partnership:
Meeting Place Wonderful Copenhagen,
Denmark | |

S El objetivo de esta publicación es servir de inspiración y guía para la creación, aplicación y profundización de relaciones de asociación, centrándose en los aspectos estratégicos y operativos y en las lecciones aprendidas de experiencias pasadas. El estudio, que examina casos de todas las regiones del mundo y de diferentes esferas del turismo, ofrece una indagación profunda de las asociaciones, que puede aplicarse más allá de los contextos culturales y económicos de cada caso. Dado que el turismo es un sector cuyo éxito depende cada vez más de la cooperación y la asociación, confiamos en que el presente estudio sea un recurso valioso para cualquiera que esté interesado en la cooperación entre los sectores público y privado.

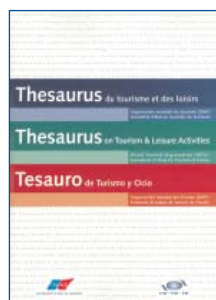
Índice

- Cómo forjar y mantener asociaciones
- Casos reales:
 - La revitalización de un valor turístico esencial: el sector húngaro de los balnearios y los centros de salud integral
 - Cómo conservar una asociación madura: Centro de encuentros Wonderful Copenhagen (Dinamarca)
 - Creación de un cluster turístico: El hotel Armada de Estambul
 - Reestructuración de la ONT de Nepal: Oficina de Turismo de Nepal

F Cette étude a pour objet de donner orientations et conseils sur les façons de créer, de mettre en oeuvre et de développer les partenariats. Elle se concentre sur les problèmes stratégiques et concrets de partenariat et sur l'enseignement tiré des expériences passées. Examinant des exemples pris dans toutes les régions du monde et dans plusieurs domaines différents du secteur touristique, elle permet de pénétrer plus avant dans la connaissance des partenariats pour l'exploiter en dehors des contextes culturel et économique déterminés de chaque cas. Le tourisme étant de plus en plus un secteur qui se bâtit avec succès sur la coopération et les partenariats entre le public et le privé, cet ouvrage devrait être d'une grande utilité pour quiconque s'intéresse à la question.

Table des matières

- Création et maintien des partenariats
- Études de cas
 - Revitalisation d'un atout touristique majeur : le soussecteur du thermalisme et du bien-être (Hongrie)
 - Soutien à un partenariat en pleine maturité : le lieu de rendez-vous Wonderful Copenhagen (Danemark)
 - Création d'un agglomérat touristique : l'hôtel Armada à Istanbul
 - Restructuration de l'Organisation nationale du tourisme du Népal : le Conseil du tourisme du Népal



2001 | 804 p. | € 75

Trilingual (English, Spanish, French)

ISBN: 978-92-844-0455-1

E This trilingual *Thesaurus on Tourism and Leisure Activities* is the fruit of over 20 years work seeking to develop a specific documentation language to help search for information relating to tourism activities. It can be used as a guide to tourism terminology, as well as for the standardization and normalization of a common indexation and research language at an international level. Terms very specific to tourism have been extensively defined so that people unfamiliar with this vocabulary can also use the Thesaurus. Special attention was paid to the methodology applied aiming at avoiding the mere translation of expressions and laying the foundations for a truly trilingual Thesaurus in English, French and Spanish. The Thesaurus is a useful reference and background document for all tourism professionals, especially those responsible for managing documentation departments in the tourism sector.

Contents

- Introduction:
- Explanation of Thesaurus abbreviations
- Structured alphabetical list in English
- Hierarchical list in English
- List of descriptor groups in English
- Permuted list in English
- Survey of users of the Thesaurus on Tourism and Leisure Activities

S Este *Tesauro de Turismo y Ocio* trilingüe es el resultado de más de 20 años de esfuerzos por desarrollar un lenguaje específico de documentación que ayude a encontrar información relativa a las actividades de turismo. La obra puede emplearse como una guía de terminología del turismo, y también para la normalización de un lenguaje común de indicación e investigación en el plano internacional. Los términos más específicos del turismo se han definido extensamente con el fin de que las personas no familiarizadas con este vocabulario también puedan utilizar el Tesauro. Se ha prestado especial atención a la metodología aplicada con objeto de evitar la simple traducción de expresiones y de sentar las bases de un Tesauro verdaderamente trilingüe en español, francés e inglés. El Tesauro es una útil referencia y documento de base para todos los profesionales del turismo, y especialmente para los responsables de gestionar departamentos de documentación en el sector turístico.

Índice

- Introducción
- Explicación de las abreviaciones del Tesauro
- Lista alfabética estructurada en español
- Lista jerárquica en español
- Lista por grupos descriptores en español
- Lista permutada en español
- Encuesta entre los usuarios del Tesauro de turismo y ocio

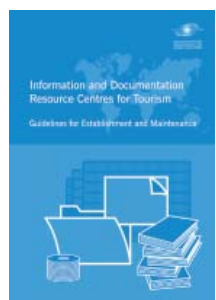
F Le Thesaurus du tourisme et des loisirs, ouvrage trilingue (français, anglais et espagnol), est le fruit de plus de 20 ans de travail visant à créer un langage particulier de documentation pour faciliter la recherche d'informations concernant les activités touristiques. Il peut servir de guide en matière de terminologie du tourisme et contribuer, au niveau international, à la normalisation et à l'unification du langage d'indexation et de recherche. Les termes propres au tourisme font l'objet d'une note explicative pour que les personnes connaissant mal ce vocabulaire puissent, elles aussi, utiliser ce Thesaurus. Une attention spéciale a été accordée à la méthode appliquée qui entend éviter la simple traduction des expressions et jeter les bases d'un Thesaurus véritablement multilingue. Ce Thesaurus est un ouvrage de référence fondamentale pour tous les professionnels du tourisme et surtout pour les responsables de la gestion des services de documentation du secteur touristique.

Table des matières

- Introduction
- Explication des abréviations utilisées dans le Thesaurus
- En français: Liste alphabétique structurée; Liste hiérarchique; Liste permutée par groupes de descripteurs; Liste permutée
- Enquête sur l'utilisation du Thesaurus du tourisme et des loisirs

Information and Documentation Resource Centres for Tourism

Centro de información y de recursos documentales para el turismo | Centre d'information et de ressources documentaires pour le tourisme



2004 | 132 p. | € 25

ISBN English: 978-92-844-0717-0

ISBN Spanish: 978-92-844-0773-6

ISBN French: 978-92-844-0718-7

E The present handbook was designed to address the needs of all those involved in information and documentation tasks and offers guidelines for establishing an Information and Documentation Resource Centre (IDRC) or a similar structure within administrations in charge of tourism. Part one discusses the basic elements needed to set up an IDRC, as well as matters related to the function, administrative and material organization, activities, and computerization of such a centre. Part two is a veritable methodological and technical guide that shows the steps to be followed to establish and manage an IDRC, taking new information technologies into account.

Contents

- Guidelines; Recommendations on the Role and the Function of an Information and Documentation Resource Centre (IDRC) within a Tourism Administration; The Administrative and Material Organisation of the IDRC; The Main Activities of an IDRC in the Field of Tourism; Computerising the Document Holdings
- Methodological and Technical Guide; Identifying Demand; Constituting the Document Holdings; Classifying and Making an Inventory of the Document Holdings; Processing and Analysing Documents; Retrieving Information; Creating and Distributing Documentary Products; Organising Intelligence Gathering

S Este manual atiende las necesidades de quienes trabajan en labores de información y documentación y ofrecer unas directrices sobre la creación de Centros de Recursos Informativos y Documentales (CRID) o estructuras similares dentro de las administraciones que se ocupan del turismo. La primera parte trata de los elementos básicos que se precisan para crear un centro de este tipo y de cuestiones relacionadas con el funcionamiento, la administración y la organización material, sobre las actividades y sobre la informatización del centro. La segunda es una guía metodológica y técnica que muestra los pasos a seguir para crear y gestionar un centro, teniendo en cuenta las nuevas tecnologías de la información.

Índice

- Directrices; Recomendaciones sobre el papel y la función de los CRID en una administración de turismo; Organización administrativa y material de los CRID; Principales actividades de un CRID en el campo del turismo
- Guía metodológica y técnica; Definición de la demanda; Constitución de los fondos documentales; Clasificación e inventariado de los fondos documentales; Procesamiento y análisis de los documentos; Recuperación de la información; Creación y distribución de productos documentales; Organización de la compilación de información

F Conçu pour répondre aux besoins de toutes les personnes confrontées aux métiers de l'information et de la documentation, le présent manuel offre des lignes directrices destinées à la mise en place d'un centre d'information et de ressources documentaires (CIRD) ou d'une structure analogue au sein des administrations chargées du tourisme. Ce manuel comprend deux parties. La première partie fournit des éléments de base pour créer un CIRD et traite à la fois des questions liées au rôle, à la fonction, à l'organisation administrative et matérielle, aux activités ainsi qu'à l'informatisation d'un tel centre. La seconde indique les étapes à suivre pour établir et gérer un CIRD, compte tenu des nouvelles technologies de l'information.

Table des matières

- Lignes directrices; Recommandations sur le rôle et la fonction d'un CIRD au sein de l'administration chargée du tourisme; Statut organisation administrative et matérielle d'un CIRD; Principales activités d'un CIRD dans le secteur du tourisme
- Guide méthodologique et technique; Déterminer la demande; Constituer un fonds documentaire; Classer et inventorier un fonds documentaire; Traiter et analyser les documents; Effectuer des recherches; Élaborer et diffuser des produits documentaires; Organiser une activité de veille



2005 | 162 p. | € 25

ISBN English: 978-92-844-0819-1

E This publication offers reports, recommendations, and papers presented during the 2nd International Tourism Policy Forum, held in 2004. The Forum was organized with the aim – among others – to exchange views with bi- and multilateral donor organizations, as well as representative recipients; to discuss sustainable tourism development (STD) policies in relation to the MDGs; to report on UNWTO general initiatives in relation to STD and particularly the UNWTO ST-EP programme to bring sustainable tourism development into the service of poverty elimination; to share promising practices for sustainable development and consider lessons learned from exemplary tourism projects and to formulate recommendations for utilizing tourism as a sustainable development tool for achieving MDG outcomes.

Contents

- Korea's Commitment to Poverty Reduction through Tourism and the ST-EP Foundation
- The World Bank and Tourism; CEPF and Tourism
- Policies and Strategies
- Strategic Assessments, Planning and Implementation
- Decentralized Governance and Community
- Capacity Building
- SME Business Development and Competitiveness
- Natural Resource and Protected Area Management
- Cultural Heritage Preservation
- Marketing Sustainable Tourism Product
- Rural Development

S Esta publicación contiene las actas del 2º Foro de Política Turística de 2004, organizado para intercambiar opiniones con organizaciones donantes bi y multilaterales y con receptores representativos; debatir las políticas de desarrollo sostenible del turismo (DST) en relación con los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM); informar sobre las iniciativas generales de la OMT vinculadas al DST y el programa ST-EP, que aspira a que el DST contribuya a eliminar la pobreza; compartir prácticas prometedoras para el desarrollo sostenible y estudiar las lecciones obtenidas de proyectos turísticos ejemplares y formular recomendaciones sobre la utilización del turismo como herramienta de DST destinada a alcanzar los ODM.

Índice

- El compromiso de la Rep. de Corea con la reducción de la pobreza a través del turismo y la Fundación ST-EP
- El Banco Mundial y el turismo
- El CEPF y el turismo
- Políticas y estrategias
- Evaluaciones, planificación y aplicación de estrategias
- Gobernanza descentralizada y refuerzo de la capacidad de las comunidades
- Desarrollo y competitividad de las PYMES
- Gestión de recursos naturales y áreas protegidas
- Conservación del patrimonio cultural
- Desarrollo rural

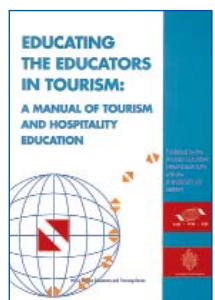
F Cette publication réunit les actes du Deuxième Forum de politique touristique organisé en 2004, pour échanger des idées avec les organismes donateurs bilatéraux et multilatéraux et avec des bénéficiaires représentatifs; pour discuter des politiques de développement durable du tourisme par rapport aux Objectifs du Millénaire pour le Développement (ODM); pour rendre compte des initiatives générales de l'OMT en matière de tourisme durable et de développement et, en particulier, du programme ST-EP dont l'objectif est que la mise en valeur touristique durable concoure à l'élimination de la pauvreté; pour partager les pratiques prometteuses de développement durable et examiner les enseignements tirés de projets touristiques exemplaires.

Table des matières

- L'engagement de la Rép. de Corée en faveur de la réduction de la pauvreté par le tourisme et envers la Fondation ST-EP, par Young-shim Dho
- La Banque mondiale et le tourisme
- Le CEPF et le tourisme
- Politiques et stratégies
- Évaluations, planification et application d'une stratégie
- La gouvernance décentralisée et le renforcement des moyens des communautés
- Le développement des activités et de la compétitivité des PME

Educating the Educators in Tourism

Educando educadores en turismo | Formation des formateurs en matière de tourisme



1996 | 242 p. | € 30

ISBN English: 978-92-844-0151-2

ISBN Spanish: 978-92-844-0127-7

ISBN French: 978-92-844-0157-4

ISBN Russian: 978-92-844-0153-6

E This publication is designed to be used by participants in the UNWTO's tourism education and training courses, but can also be used for independent study. In its approach, the book emphasizes the importance of achieving quality in tourism education and responding to the needs of tourism employers and professionals. *Educating the Educators* covers curriculum design, tourism education quality analysis, research methodology and trends in tourism education. It is also applicable to the problems of training in private companies and new resorts.

Contents

- Defining tourism and hospitality
- The evolution of tourism and hospitality studies
- The problems facing tourism and hospitality education
- Curriculum and course design: A theoretical approach
- Curriculum and course design for tourism and hospitality educators
- The body of knowledge and research activity
- Cross-cultural approaches to tourism and hospitality education
- Trends in the provision of tourism and hospitality training and education
- Approaches to the delivery of tourism and hospitality education
- The future

S Esta publicación está destinada a los participantes en los cursos de educación y formación turísticas de la OMT, aunque también puede utilizarse para el estudio independiente. En su planteamiento global, la obra destaca la importancia de la calidad en la educación turística y de la atención de las necesidades de empleadores y profesionales del turismo. *Educando educadores* trata el diseño curricular, el análisis de calidad de la educación turística, las metodologías de investigación y las nuevas tendencias de la educación turística. Sus indicaciones también son aplicables a los problemas de formación en las empresas privadas y en los nuevos complejos turísticos.

Índice

- El marco conceptual en el que se desarrolla el turismo
- La educación, variable estratégica en el desarrollo del turismo
- Sistema educativo orientado a la calidad total
- El papel de la empresa, del Estado y de las organizaciones internacionales
- Análisis de calidad
- Un proyecto de sistema educativo turístico orientado hacia la calidad total
- Proceso de diseño curricular
- Fases del diseño curricular
- Educación de educadores

F Cette publication s'adresse aux participants aux cours d'éducation et de formation touristiques de l'OMT mais peut aussi être utilisée pour une étude indépendante. Dans son approche, le livre souligne l'importance devant être accordée à la qualité de l'éducation touristique et à l'adaptation de l'offre de formation aux besoins des employeurs et des professionnels du tourisme. Formation des formateurs en matière de tourisme traite de la conception des plans d'études, de l'analyse de la qualité de l'éducation touristique, des méthodes de recherche et des nouvelles tendances de l'éducation touristique. Sa teneur est aussi applicable aux problèmes de formation des sociétés privées et des nouvelles stations touristiques.

Table des matières

- L'environnement touristique
- Indicateurs et caractéristiques du tourisme international
- L'ajustement de l'offre et de la demande
- Formation et emploi
- Les entreprises touristiques et les principaux profils professionnels
- Adéquation formation-emploi : éléments méthodologiques
- La détermination des objectifs pédagogiques
- L'évaluation de l'action de formation
- Organisation et programmes
- Elaboration de contenus de formation
- Interrogations et perspectives



1998 | 392 p. | € 22

ISBN Spanish: 978-92-844-0269-4

E Published by the UNWTO, this is an essential textbook specifically aimed at Spanish-speaking tourism students or professionals. Introduction to Tourism provides panoramic knowledge of the tourism industry. Its wide-ranging content covers subjects such as the analysis of tourism supply and demand, its concept and typology, distribution, tourism's impacts (economic, social and environmental) and how to correct them, the use of information technologies, tourism marketing, total quality in tourism activity, sustainability and competitiveness as methodologies of professional performance, public intervention, planning, development and future trends in tourism.

Contents

- Tourism as an economic activity
- Tourism: Concept and definitions; Concept and typologies of tourism demand; Tourism supply; Transport; Thematic tourism; Distribution in tourism; Need for public intervention in the tourism market; Planning and development of tourism destinations; Competitiveness; Socio-cultural and environmental impacts of tourism;
- Sustainable tourism
- Introduction to marketing; The marketing mix; Information technologies in the tourism industry
- Total Quality Management; Qualities required to be a tourism professional

S Publicado por la OMT, este libro de texto es imprescindible y específicamente destinado a los estudiantes o profesionales del turismo de habla hispana. *Introducción al Turismo* proporciona un conocimiento panorámico de la industria turística. El amplio contenido incluye cuestiones como el análisis de la demanda y oferta turísticas, su concepto y tipología, la distribución, los impactos del turismo (económicos, sociales y ambientales) y su corrección, el uso de las tecnologías informáticas, el marketing turístico, la calidad total en la actividad turística, la sustentabilidad y la competitividad como metodologías de actuación profesional, la intervención pública, la planificación y el desarrollo y las tendencias de futuro en el turismo.

Índice

- El turismo como actividad económica
- Turismo: Concepto y definiciones; Concepto y tipologías de la demanda turística; Oferta turística; Transporte; Turismo temático; Distribución en el turismo; Necesidad de intervención pública en el mercado turístico; Planificación y desarrollo de los destinos turísticos; Competitividad; Impactos socioculturales y medioambientales del turismo; Turismo sustentable
- Introducción al marketing; El marketing Mix; Tecnologías de la información en la industria turística
- Gestión de la Calidad Total; Cualidades requeridas para ser un buen profesional

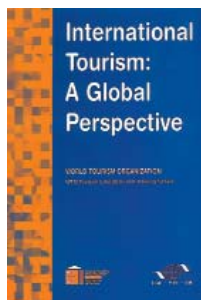
F Publié par l'OMT, ce manuel, destiné aux étudiants et aux professionnels du tourisme hispanophones, est la référence en la matière. « Introduction au tourisme » donne un aperçu général de l'industrie touristique. Il couvre une variété de questions, telles que l'analyse de la demande et de l'offre touristiques, leur concept et leur typologie, la répartition du tourisme, ses impacts (économiques, sociaux et environnementaux) et les moyens de les corriger, l'utilisation des technologies de l'information, le marketing touristique, la qualité de l'activité touristique dans son ensemble, la durabilité et la compétitivité comme méthodologies de performance professionnelle, l'intervention du secteur public, la planification, le développement et les tendances futures du tourisme.

Table des matières

- Le tourisme en tant qu'activité économique
- Le tourisme : Concept et définitions; Offre touristique; Transports; Tourisme thématique; Répartition du tourisme; Nécessité d'une intervention publique sur le marché touristique; Planification et développement des destinations touristiques; Impacts socioculturels et environnementaux du tourisme; Tourisme durable
- Introduction au marketing; Marketing Mix; Technologies de l'information dans l'industrie touristique
- Gestion de la qualité d'ensemble; Qualités requises pour devenir un professionnel

International Tourism – A Global Perspective

Turismo internacional: una perspectiva completa | Tourisme international: perspective mondiale



1997 | 406 p. | € 35

ISBN English: 978-92-844-0231-1

E This textbook has not only been designed to meet the needs of students in tourism, but also to serve as a useful reference for both the private and public sectors involved in tourism. The publication consists of 17 chapters, each indicating the learning objectives and key terms and concepts. It provides information on travel patterns and trends, transport services, accommodation and hospitality services, travel distribution systems, tourism market trends and travel psychology, tourism marketing, tourism research and forecasting, contributions of tourism to economic development, the role of governments, international and regional organizations in tourism, etc. .

Contents

- Perspectives of tourism
- Travel and tourism components and services
- Tourism marketing and promotion; Tourism market segments and travel psychology; Tourism marketing; Tourism research and forecasting
- Tourism impacts
- Contributions to economic development;
- Social and cultural aspects of tourism; Sustainable tourism and the environment
- Tourism policy and planning; The roles of governments in tourism policy and administration; and international and regional organizations in tourism; Tourism planning and destination development; Tourism human resources planning and development

S Este libro de texto no solo aspira a responder a las necesidades de los estudiantes de turismo, sino que pretende ser también una referencia útil para los sectores público y privado en materia de turismo. La publicación consta de 17 capítulos, en cada uno de los cuales se indican los objetivos de aprendizaje y los términos y conceptos más importantes. Contiene información sobre patrones y tendencias de los viajes, servicios de transporte, servicios de alojamiento y recepción de visitantes, sistemas de distribución de viajes, tendencias de los mercados turísticos y psicología de los viajes, marketing turístico, etc. .

Índice

- Perspectivas del turismo
- Componentes y servicios del turismo
- Marketing y promoción del turismo; Segmentos del mercado turístico y psicología de los viajes; Marketing turístico; Investigación y previsión en materia de turismo
- Efectos del turismo
- Contribución al desarrollo económico; Aspectos sociales y culturales del turismo; Turismo sostenible y medio ambiente
- Política y planificación del turismo; Funciones de las administraciones públicas en la política y gestión del turismo; y las organizaciones internacionales y regionales en el turismo; Planificación turística y desarrollo de destinos; Planificación y desarrollo de recursos humanos en el turismo

F Ce manuel n'a pas été conçu que pour répondre aux besoins des étudiants. Il l'a aussi été pour servir d'ouvrage de référence aux secteurs public et privé qui s'occupent de tourisme. Se composant de 17 chapitres, il précise pour chacun les objectifs de l'enseignement ainsi que les termes et notions clés.

Table des matières

- Perspectives du tourisme
- Composantes et services du secteur des voyages et du tourisme
- Marketing et promotion touristiques
- Segments de marché et psychologie du voyageur
- Marketing touristique
- Études et perspectives touristiques
- Impact du tourisme
- Contribution du tourisme au développement économique
- Aspects sociaux et culturels du tourisme
- Tourisme durable et environnement
- Politique et planification touristiques
- Le rôle de l'État dans la politique et l'administration du tourisme et des organisations internationales et régionales dans le tourisme
- Planification du tourisme et aménagement des destinations
- Planification et mise en valeur des ressources humaines du tourisme



2005 | 210 p. | € 25

ISBN English: 978-92-844-0821-4

ISBN Spanish: 978-92-844-1189-4

ISBN French: 978-92-844-1119-1

E Massive growth is predicted for tourism in the forthcoming years, providing excellent opportunities for spreading prosperity but presenting considerable challenges and potential threats to the environment and local communities if not well managed.

Jointly produced with the United Nations Environment Programme (UNEP), this new Guide is a basic reference book and provides a blueprint for governments to formulate and implement sustainable tourism policies. It builds on previous work of UNWTO and UNEP on the different aspects of sustainability. The Guide defines what sustainability means in tourism, what the effective approaches for developing strategies and policies for more sustainable tourism are, the tools that would make the policies work on the ground and it presents selected case studies.

Contents

- Introduction
- Tourism and Sustainability
- Policy Implications of a Sustainable Tourism Agenda
- Structures and Strategies
- Shaping Sustainable Tourism
- Instruments for more Sustainable Tourism
- Conclusions: The Way forward
- Case Studies
- Additional Resources

S Preparada conjuntamente con el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), esta nueva guía es un manual de consulta básico y ofrece a los gobiernos un esquema para formular y llevar a la práctica unas políticas de turismo sostenible. Esta publicación se basa en actividades anteriores de la OMT y del PNUMA sobre diversos aspectos de la sostenibilidad.

A lo largo de la guía, se define lo que significa la sostenibilidad en el turismo, cuáles son los planteamientos eficaces para elaborar estrategias y políticas encaminadas a hacer más sostenible el turismo y qué herramientas ayudan a aplicar las políticas sobre el terreno. Además se presenta una selección de estudios de casos.

Índice

- Introducción
- Turismo y sostenibilidad
- Consecuencias políticas de un programa de turismo sostenible
- Estructuras y estrategias
- Configuración de un turismo sostenible
- Instrumentos para un turismo más sostenible
- Conclusiones: El camino a seguir
- Estudios de casos reales
- Recursos adicionales

F Édité avec le Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUÉ), ce nouveau guide, ouvrage fondamental de référence, fournit aux gouvernements les clés de l'élaboration et de l'application d'une politique de tourisme durable. Il s'ajoute aux travaux précédents de l'OMT et du PNUÉ sur les différents aspects de la durabilité.

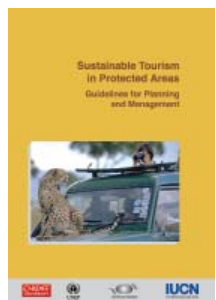
Ce guide définit le sens de la durabilité dans le secteur du tourisme, les démarches efficaces de mise au point de stratégies et de politiques destinées à rendre le tourisme plus durable et les instruments permettant d'assurer la bonne exécution des politiques sur le terrain. En outre, il présente un choix d'études de cas.

Table des matières

- Introduction
- Tourisme et développement durable
- Implications en terme de politique
- Structures et stratégies
- Préparer le terrain
- Instruments pour un tourisme plus durable
- Conclusions : Les perspectives
- Études de cas
- Autres sources d'information

Sustainable Tourism in Protected Areas – Guidelines for Planning and Management

Turismo sostenible en áreas protegidas – Directrices de planificación y gestión
Le tourisme durable dans les zones protégées – Principes directeurs pour l'aménagement et la gestion



2002 | 198 p. | € 20

ISBN English: 978-92-844-0543-5

ISBN Spanish: 978-92-844-0643-2

E The link between protected areas and tourism is as old as the history of protected areas. Though the relationship is complex and sometimes adversarial, tourism is always a critical component to consider in the establishment and management of protected areas.

These guidelines aim to build an understanding of protected area tourism and its management. They provide both a theoretical structure and practical guidelines for managers; their underlying aim is to ensure that tourism contributes to the purposes of protected areas and does not undermine them.

Contents

- Protected areas, biodiversity and conservation
- Tourism in protected areas
- Planning for protected area tourism
- Sensitive development of infrastructure and services
- Managing the challenges of tourism in protected areas
- Tools for visitor management
- The economics of tourism in protected areas
- Financial aspects of tourism in protected areas
- Human resources planning for tourism in protected areas
- Monitoring tourism in protected areas
- Conclusions

S El vínculo entre áreas protegidas y turismo es tan antiguo como la propia historia de las áreas protegidas. Aunque su relación es compleja y a veces antagonista, el turismo es siempre un factor crítico que debe tenerse en cuenta en la creación y en la gestión de áreas protegidas.

Estas directrices tienen el propósito de ayudar a comprender el turismo en áreas protegidas y su gestión, y ofrecen a la vez una estructura teórica y directrices prácticas a los gestores. Su objetivo último es garantizar que el turismo contribuya al logro de los objetivos de las áreas protegidas, y no a su entorpecimiento.

Índice

- Áreas protegidas, diversidad biológica y conservación
- El turismo en las áreas protegidas
- Planificación del turismo en las áreas protegidas
- Un desarrollo cabal de infraestructura y servicios
- Gestión de los retos del turismo en áreas protegidas
- Herramientas para la gestión de visitantes
- La economía del turismo y aspectos financieros en áreas protegidas
- Planificación de recursos humanos en áreas protegidas
- Control del turismo en las áreas protegidas
- Conclusiones

F Le lien entre zones protégées et tourisme est aussi ancien que l'histoire de ces espaces. Bien que leurs relations soient complexes et parfois conflictives, le tourisme est toujours un élément essentiel dont il faut tenir compte lors de la création des zones protégées et dans leur gestion. Ces principes directeurs visent à faire mieux comprendre le rôle et la gestion du tourisme dans les zones protégées. Ils offrent aux responsables de ces espaces à la fois une structure théorique et des orientations pratiques. Le but sous-jacent est que le tourisme contribue à la réalisation des objectifs des zones protégées et qu'il ne sape pas la raison d'être de ces espaces.

Table des matières

- Zones protégées, biodiversité et sauvegarde
- Le tourisme dans les zones protégées
- La planification du tourisme dans les zones protégées
- L'aménagement rationnel de l'infrastructure et des services
- La gestion des enjeux du tourisme dans les zones protégées
- Les instruments de gestion des visites
- L'économie et les aspects financiers du tourisme dans les zones protégées
- La planification des ressources humaines pour le tourisme dans les zones protégées
- La surveillance du tourisme dans les zones protégées
- Conclusions



Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism

1998 | 194 p. | € 30

ISBN English: 978-92-844-0280-9
ISBN Spanish: 978-92-844-0307-3
ISBN French: 978-92-844-0324-0
ISBN Arabic: 978-92-844-0774-3

Guide for Local Authorities – Supplementary Volumes

1999 | € 20 each

Asia and the Pacific:
ISBN English: 978-92-844-0326-4

Latin America and the Caribbean:
ISBN Spanish: 978-92-844-0313-4

Sub-Saharan Africa:
ISBN English: 978-92-844-0311-0
ISBN French: 978-92-844-0315-8

E This enlarged and revised edition of UNWTO's most popular publication *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners*, presents concepts, principles and techniques for planning and developing tourism and includes sections on managing environmental and socio-economic impacts at the local level. It also contains numerous examples of sustainable tourism best practices readily adaptable to the particular conditions and level of development of each destination.

The supplementary volumes are designed to be used together with the core volume *Guide for Local Authorities*. They seek to provide technical guidelines and methodological instruments to local authorities, public service officials at the local level, as well as private developers, enabling them to assume their responsibilities in this field with more effective, up-to-date know-how. The publications include many case studies giving good examples of community based tourism. They describe suitable, imaginative and realistic design approaches for achieving sustainable tourism development at the local level.

Supplementary volumes are available for:

- Asia and the Pacific
- Latin America and the Caribbean
- Sub-Saharan Africa

S Esta edición ampliada y revisada de la publicación más solicitada de la OMT *Desarrollo turístico sostenible – Guía para administraciones locales*, presenta conceptos, principios y técnicas para planificar y desarrollar correctamente el turismo, y estudia la gestión de los efectos ambientales y socioeconómicos en el plano local. También contiene numerosos ejemplos de las mejores prácticas de turismo sostenible, fácilmente adaptables a las condiciones particulares y al grado de desarrollo de cada destino.

Los volúmenes suplementarios están concebidos para usarse conjuntamente con el cuerpo del manual *Guía para administraciones locales*. En ellos se pretenden ofrecer directrices técnicas e instrumentos metodológicos a las autoridades locales, a los funcionarios de la administración pública local, y también a los promotores privados, con el fin de que puedan asumir sus responsabilidades en este campo con unos conocimientos prácticos más útiles y más actuales. En los volúmenes suplementarios se ofrecen muchos estudios de casos con buenos ejemplos de turismo basado en la comunidad, y se describen métodos adecuados, imaginativos y realistas para lograr un desarrollo turístico sostenible en el plano local.

Se han preparado volúmenes suplementarios para:

- Asia y el Pacífico
- América Latina y el Caribe
- África subsahariana.

Índice de volumen principal

- El turismo en el mundo de hoy
- Turismo y comunidad
- Planificación del desarrollo turístico local
- Principios de planificación del desarrollo turístico
- Implementación de desarrollo turístico
- Mantenimiento de la sostenibilidad del turismo
- Gestión del sector turístico

Índice de volúmenes suplementarios

- Turismo en la región
- Estudios de casos reales de desarrollo turístico sostenible en la región

Para mayor información, por favor consulte el Infoshop en www.unwto.org/infoshop o la Elibrary en www.e-unwto.org.

Contents for core volume

- Tourism in today's world
- Tourism in the community
- Planning for local tourism development
- Planning principles for tourism development
- Implementing tourism development
- Maintaining the sustainability of tourism
- Managing the tourism sector

For more information please consult the Infoshop on www.unwto.org/infoshop or the Elibrary on www.e-unwto.org.

Contents for supplementary volumes

- Tourism in the region
- Case studies of sustainable tourism development in the region

F Cette édition revue et augmentée de la publication la plus vendue de l'OMT, *Développement d'un tourisme durable – Guide à l'intention des planificateurs locaux*, présente les concepts, les principes et les techniques de la planification et du développement du tourisme et comprend des sections sur la gestion de son impact sur l'environnement et de ses effets socioéconomiques au niveau local. Elle contient également de nombreux exemples des meilleures pratiques en matière de tourisme durable, facilement adaptables aux conditions particulières et au niveau de développement de chaque destination.

Ces volumes supplémentaires sont destinés à être utilisés avec le volume principal du *Guide à l'intention des autorités locales*. Ils visent à fournir à ces dernières, aux fonctionnaires des services publics au niveau local et aux promoteurs du secteur privé des orientations techniques et des instruments méthodologiques leur permettant d'assumer leurs responsabilités dans ce domaine avec un savoir-faire plus moderne et plus efficace. Ils comprennent de nombreuses études de cas qui donnent de bons exemples de tourisme reposant sur la communauté d'accueil. Ils décrivent des démarches conceptuelles adaptées, pleines d'imagination et réalistes pour parvenir à une mise en valeur touristique durable à l'échelon local.

Ces volumes supplémentaires existent pour :

- L'Asie et le Pacifique
- L'Amérique latine et les Caraïbes
- L'Afrique subsaharienne

Table des matières du volume principal

- Le tourisme aujourd'hui
- Le tourisme et la communauté
- Planifier la mise en valeur du tourisme local
- Principes de planifications applicables à la mise en valeur du tourisme
- Exécution des plans de mise en valeur du tourisme
- Assurer la durabilité du tourisme
- Gestion du secteur touristique

Table des matières des volumes supplémentaires

- Le tourisme dans la région
- Études de cas de développement durable du tourisme dans la région

Pour plus d'information, veuillez consulter Infoshop sur www.unwto.org/infoshop ou Elibrary sur www.e-unwto.org.



2007 | 162 p. | € 45

ISBN English: 978-92-844-1243-3

E This publication represents a major contribution to developing professionalism in the field of destination management. It is intended as a practical guide, showing how concepts of destination management may be translated into practice. Besides it will be of considerable interest to academics as we acknowledge the work of other experts and academic leaders who have contributed to the field of destination management. As the main purpose of Destination Management Organisations is to attract people to visit in the first place, this practical guide will explain through models, guidelines and snapshot case studies how to create a suitable environment and quality delivery on the ground and how to ensure that visitors' expectations are met at the destination.

Contents

- An Introduction to Destination Management
- The Strategic Foundations: Assessing the Situation and Setting a Vision, Goals and Objectives
- Positioning and Branding the Destination
- Marketing the Destination
- Developing Destination Products
- Ensuring the Quality of the Visitors' Experience
- Destination E-business and Information Management
- Organising for Destination Management

S Esta publicación representa una contribución importante a la profesionalización creciente de la gestión de destinos. Si bien aspira a ser una guía práctica, que muestre el modo de aplicar los conceptos de la gestión de destinos a la realidad, será también especialmente interesante para los estudiosos, ya que se ha tomado en consideración el trabajo de otros expertos o profesores destacados que han realizado sus aportaciones. Dado que el principal propósito de las organizaciones de gestión de destinos es atraer visitantes en primer lugar, esta guía práctica explicará mediante modelos, directrices y breves casos reales cómo crear un entorno propicio y proporcionar un producto de calidad en el terreno y cómo garantizar que se satisfagan las expectativas de los visitantes.

Índice

- Introducción a la gestión de destinos
- Los fundamentos estratégicos: Evaluación de la situación y definición del proyecto de futuro, las metas y los objetivos
- Posicionamiento y creación de la marca del destino
- Comercialización del destino
- Desarrollo de los destinos como productos
- Aseguramiento de la calidad de la experiencia de los visitantes
- El negocio electrónico y la gestión de la información en los destinos
- La organización de la gestión de destinos

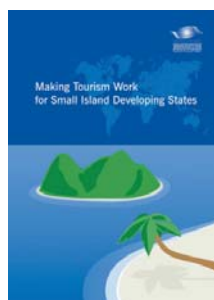
F Cette publication est une contribution majeure au développement du professionnalisme dans le domaine de la gestion des destinations. Elle entend être un guide pratique démontrant comment traduire les concepts dans la réalité. En outre, elle présente un intérêt considérable pour les universitaires car elle tient compte de l'apport d'autres spécialistes et chercheurs à ce domaine. Les organismes de gestion des destinations ayant pour mission principale d'attirer les visiteurs, ce guide explique, au moyen de modèles, de principes directeurs et de brèves études de cas, comment créer un environnement propice et assurer la qualité sur le terrain et comment garantir qu'il sera répondu sur place aux attentes des visiteurs..

Table des matières

- Introduction à la gestion des destinations
- Les fondements de la stratégie : évaluation de la situation et définition d'une vision, de buts et d'objectifs
- Le positionnement et la stratégie de marque de la destination
- Le marketing de la destination
- La création des produits touristiques
- Assurer la qualité de l'expérience des visiteurs
- Le cybercommerce et la gestion des informations au niveau des destinations
- L'organisation de la gestion des destinations

Making Tourism Work for Small Island Developing States

El turismo, vector de desarrollo de los PEID | Le tourisme, ferment de développement pour les PEID



2004 | 86 p. | € 20

ISBN English: 978-92-844-0782-8

E For most islands, tourism is the main economic activity in terms of income generation, employment creation and foreign exchange earnings. But due to their small size, islands are quite vulnerable to the negative environmental and social impacts that tourism can sometimes bring. That is why it is vital to plan, manage and monitor tourism development in SIDS, aiming at sustainability objectives. This report presents a summary of the current status of tourism in SIDS, while providing evidence of the key importance it has for the sustainable development of many islands and for the achievement of the UN Millennium Development Goals. It also addresses the key issues that need to be considered by small island nations and provides policy orientations, guidelines and other tools to the NTAs, the tourism industry and other tourism stakeholders in SIDS on how to develop and manage tourism in a sustainable manner for the benefit of their population.

Contents

- Tourism in SIDS: A key economic sector
- Tourism, a less disruptive development option for SIDS
- Islands and the challenge of accessibility
- How can tourism contribute to sustainable development of SIDS?
- UNWTO: A small agency with a large mission

S En la mayoría de las islas, el turismo es la principal actividad económica en términos de generación de ingresos, creación de empleo y entrada de divisas. Sin embargo, por su pequeño tamaño, las islas son bastante vulnerables a las consecuencias ambientales y sociales negativas que el turismo puede a veces tener. Por ello, es vital planificar, gestionar y supervisar el desarrollo turístico de los PEID orientándolo hacia unos objetivos de sostenibilidad. Este informe ofrece un resumen de la situación actual del turismo en los PEID y aporta a la vez pruebas de la importancia clave que tiene para el desarrollo sostenible de muchas islas y para la consecución de los ODM. Aborda además cuestiones clave que las naciones insulares han de tener en cuenta y ofrece orientaciones políticas, directrices y otros instrumentos para las ANT, el sector turístico y otros agentes interesados de los PEID sobre cómo desarrollar y gestionar el turismo de manera sostenible en provecho de la población.

Índice

- El turismo en los PEID: Un sector económico clave
- El turismo: La opción de desarrollo con menor trastorno para los PEID
- Las islas y el reto de la accesibilidad
- ¿Cómo puede contribuir el turismo al desarrollo sostenible de los PEID?
- La OMT: Un pequeño organismo con una gran misión

F Le tourisme est la principale activité économique de la plupart des îles pour ce qui est des revenus, de la création d'emplois et des recettes en devises. En raison de la faiblesse de leur superficie, les petites îles sont très vulnérables aux effets négatifs que le tourisme peut parfois avoir sur l'environnement et sur la société. Aussi est-il essentiel de planifier, de gérer et de surveiller la mise en valeur touristique des petits États insulaires en développement (PEID) avec pour objectif la durabilité. Cette étude de l'OMT présente une synthèse de la situation actuelle du tourisme dans les PEID. Elle démontre le rôle fondamental du tourisme dans le développement durable de nombreuses îles et pour la réalisation des objectifs de développement du Millénaire des Nations Unies.

Table des matières

- Le tourisme, secteur économique clé des PEID
- Le tourisme, solution de développement moins perturbatrice pour les PEID
- Les îles et l'enjeu de l'accessibilité
- Comment le tourisme peut-il contribuer au développement durable des PEID ?
- L'OMT, petite institution à la grande mission

Sustainable Development of Tourism Destination in Deserts – Guidelines for Decision Makers

Desarrollo sostenible del turismo en desierto – Directrices para los responsables públicos
Développement durable du tourisme dans les déserts – Lignes directrices à l'intention des décideurs



2007 | 80 p. | € 30

ISBN English: 978-92-844-1193-1

ISBN Spanish: 978-92-844-1200-6

ISBN French: 978-92-844-1192-4

E This UNWTO handbook addresses the development of tourism in deserts and areas that are experiencing desertification. It is aimed at the international community, and in particular the governments of countries with desert areas within their territories, as well as the international, national and local private sector actors that operate in them, with a view to helping them implement policies and actions, and to provide them with a resource they can rely upon in carrying out their initiatives. It presents a vision of sustainable tourism specific to these areas characterized by an extreme climate, taking into account both their fragility and richness in natural, human and cultural assets. Finally, this manual can also serve as a valuable reference for local desert communities, who are the main stakeholders in this process.

Contents

- Characteristics and Potential of the World's Deserts; The World's Main Deserts: A Great Diversity of Landscapes; The Potential Offered by Nature and Heritage in Desert Areas
- The Impact of Sustainable Tourism Development in Desert Areas and the Issues at Stake
- Characteristics of Desert Tourism; General Trends in Desert Tourism; An Increasingly Diverse Clientele; What Type of Tourism is Involved?; The Types and Modalities of Tourism Products Involved
- Guidelines and Recommendations for Sustainable Tourism in Desert Areas
- Conclusion and Outlook

S Estas directrices se dirigen a la comunidad internacional, y más especialmente a los gobiernos de los países que tienen desiertos, así como a los agentes privados internacionales, nacionales y locales que operan en esos territorios, con el fin de permitirles formular políticas, emprender actuaciones y equiparse de las herramientas necesarias para sus gestiones. Esta obra presenta una visión del turismo sostenible específica de las zonas caracterizadas por un clima extremo, teniendo en cuenta su fragilidad y su riqueza natural, humana y cultural. Por otra parte, las comunidades locales de los desiertos, podrán asimismo obtener provecho de este manual.

Índice

- Características y potencialidades de los desiertos del mundo; La multiplicidad de desiertos y su gran diversidad de paisajes; Las potencialidades naturales y patrimoniales de los desiertos
- Retos y efectos del desarrollo turístico sostenible
- Características del turismo en los desiertos; Tendencias generales; Una clientela que está diversificándose; ¿Qué tipo de turismo?; ¿Qué productos turísticos y en qué modalidades?
- Directrices y recomendaciones para un turismo sostenible en los desiertos
- Conclusión y perspectivas

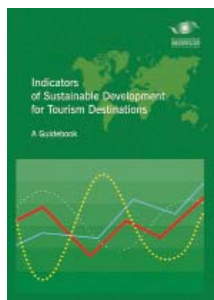
F Ce nouveau guide de l'OMT s'adresse à la communauté internationale, et plus particulièrement aux gouvernements des pays comprenant des déserts, ainsi qu'aux acteurs privés internationaux, nationaux et locaux qui y opèrent, en leur permettant de mettre en place des politiques et des actions et d'outiller leurs démarches. Il présente une vision du tourisme durable spécifique à ces zones caractérisées par un climat extrême en tenant compte de leur fragilité et de leurs richesses naturelle, humaine et culturelle. Les communautés locales des déserts, en tant qu'acteurs principaux, peuvent également tirer profit de ce manuel.

Table des matières

- Caractéristiques et potentialités des déserts du monde
 - Une pluralité de déserts et une grande diversité de paysages
 - Les potentialités naturelles et patrimoniales des déserts par continent
- Les enjeux et les impacts d'un développement touristique durable dans les déserts
- Caractéristiques du tourisme dans les déserts
 - Quel type de tourisme?
 - Quels produits touristiques et selon quelles modalités?
- Mise en oeuvre des stratégies de tourisme durable en zone désertique

Indicators of Sustainable Development for Tourism Destination – A Guidebook

Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos – Guía práctica | Indicateurs du développement durable des destinations touristiques



2004 | 514 p. | € 35

ISBN English: 978-92-844-0726-2

ISBN Spanish: 978-92-844-0838-2

E Tourism is now one of the global engines of development. Every year, more people are in motion than ever before. With good planning and management, tourism can be a positive force, bringing benefits to destinations around the world. It is clearly in the interest of the tourism sector to maintain and sustain the basis for its prosperity, the destinations for tourism. This Guidebook intends to help the managers of tourism companies and destinations, their partners and other stakeholders to make better decisions regarding tourism. It focuses on the use of indicators as a central instrument for improved planning and management, bringing the information managers need, and in a form which will empower better decisions.

Contents

- Indicators of Sustainable Development for Tourism
- Why Use Indicators?
- Indicator Development Procedures
 - Key Steps to Indicators Development and Use, Use of other Sections of the Guidebook within this Process
- Sustainability Issues and Indicators
 - Wellbeing of Host Communities, Sustaining Cultural Assets, Baseline Issues and Baseline Indicators of Sustainable Tourism
- Destination Applications
- Indicator Applications: Uses in Tourism Planning and Management

S El turismo es hoy uno de los motores mundiales de desarrollo. Año tras año, el volumen de viajeros supera cuotas históricas. Si la planificación y la gestión son buenas, el turismo puede ser una fuerza positiva que reporte beneficios para los destinos turísticos de cualquier lugar del mundo. Por tanto es evidente que redunde en interés del propio sector mantener y sostener el fundamento de su prosperidad: los destinos turísticos. Esta guía aspira a ayudar a los gestores de empresas y destinos turísticos y a sus socios a adoptar mejores decisiones en relación con el turismo. Se centra en el uso de indicadores como instrumento principal para mejorar la planificación y gestión y proporcionar la información necesaria en el momento oportuno y de la forma adecuada para que sus decisiones sean óptimas.

Índice

- Indicadores de desarrollo sostenible del turismo; ¿Por qué utilizar indicadores?
- Procedimientos de preparación de indicadores; Pasos esenciales para la preparación y el uso de indicadores
- Cuestiones importantes e indicadores de sostenibilidad en el campo del turismo; El bienestar de las comunidades anfitrionas; El mantenimiento de los bienes culturales
- Aplicaciones en destinos turísticos
- Aplicaciones de los indicadores: Usos en la planificación y la gestión del turismo

F Actuellement, le tourisme est l'un des moteurs mondiaux du développement. Les personnes qui voyagent sont, d'année en année, plus nombreuses que jamais dans l'Histoire de l'humanité. Bien planifié et bien géré, le tourisme peut être une force positive présentant des avantages pour les destinations du monde entier. Si sa planification et sa gestion sont médiocres, il risque d'accélérer la dégradation de l'environnement. Le secteur touristique a évidemment tout intérêt à protéger ce qui fonde sa prospérité, à savoir les destinations. Ce manuel de l'OMT vise à aider les cadres dirigeants des entreprises et des destinations touristiques, leurs partenaires et d'autres acteurs de cette branche d'activité à améliorer les décisions qu'ils prennent.

Table des matières

- Les indicateurs du développement durable du tourisme
 - Pourquoi se servir d'indicateurs?
- Méthodes d'élaboration d'indicateurs
 - Les étapes essentielles de l'élaboration et de l'emploi d'indicateurs
- Les problèmes de durabilité et les indicateurs dans le secteur du tourisme
 - Le bien-être des communautés accueillant les touristes
- Applications au niveau des destinations
- Applications d'indicateurs dans la planification et la gestion du tourisme

Tourism Congestion Management at Natural and Cultural Sites – A Guidebook

Gestión de la saturación turística en sitios de interés natural y cultural – Guía práctica
La gestion de la saturation touristique des sites naturels et culturels – Manuel pratique



2004 | 124 p. | € 30

ISBN English: 978-92-844-0763-7

ISBN Spanish: 978-92-844-0784-2

ISBN French: 978-92-844-0783-5

E This handbook is aimed at a variety of professional users, both within the tourism industry and for people who welcome and manage visitors to their destination or site, including also public tourism, cultural and natural authorities. For the many different people in the tourism industry it provides recommendations for how they might positively contribute to the minimization of tourism congestion. For destination and site managers it provides a range of recommendations to build a well informed understanding of their places and visitors, as well as to upgrade the operational and physical capacities of their areas to handle high levels of tourism activity to and from sites. The handbook includes practical recommendations, using illustrations from the case studies.

Contents

- Congestion at Natural and Cultural Sites
 - Categories of Tourism Congestion at Natural and Cultural Sites and Their Consequences
- The Issues and Recommendations on How to Manage Tourism Better to Avoid Congestion at Natural and Cultural Sites
 - Managing Tourism Congestion at Natural and Cultural Sites
 - Analysis of the Influences on Site Visitor Management
 - Improve Operational Congestion Responses of the Site
 - Improve the Physical Capacity of the Site

S El presente manual está destinado a la variedad de profesionales del sector turístico, y a quienes acogen y gestionan visitantes en su destino o sitio, incluidas las autoridades públicas responsables del turismo y de los bienes culturales y naturales. Para las tantas distintas personas en el sector turístico, formula recomendaciones sobre cómo contribuir positivamente a reducir al mínimo la congestión turística. Para los administradores de los destinos y los sitios se ofrece una serie de recomendaciones para adquirir un entendimiento de los lugares que gestionan y de sus visitantes, y mejorar la capacidad operacional y material de las zonas bajo su responsabilidad, para poder hacer frente a los altos niveles de actividad turística que se generan hacia y desde los sitios, incluyendo estudios de casos reales.

Índice

- Congestión en los sitios naturales y culturales; Categorías de congestión turística en los sitios naturales y culturales y sus consecuencias
- Problemas y recomendaciones relativos a la manera de gestionar mejor el turismo para evitar la congestión en los sitios naturales y culturales; Control de la gestión turística en los sitios naturales y culturales; Análisis de las influencias en la gestión de los visitantes a los sitios; Mejorar la capacidad física y las respuestas a la congestión operacional del sitio

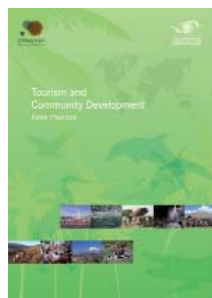
F Ce manuel est destiné à un large éventail d'utilisateurs professionnels, que ce soit au sein de l'industrie touristique ou parmi tous ceux qui accueillent et gèrent « directement » les visiteurs à leur destination ou sur leur site ; il est également destiné aux représentants des pouvoirs publics en charge des domaines du tourisme, de la culture et de la préservation de la nature. Pour le large éventail de professionnels du secteur du tourisme, il constitue une source de recommandations sur la façon dont ils peuvent contribuer efficacement à réduire la saturation touristique.

Table des matières

- La saturation des sites naturels et culturels
 - Les types de saturation touristique des sites naturels et culturels et leurs conséquences
- Questions et recommandations sur la façon de mieux gérer le tourisme afin d'éviter la saturation des sites naturels et culturels
 - Introduction à la gestion des visiteurs des sites naturels et culturels
 - Analyse des facteurs qui exercent une influence sur la gestion des visiteurs des sites
 - Analyse des facteurs qui exercent une influence sur la demande touristique

Tourism and Community Development – Asian Practices (second edition)

Turismo y desarrollo comunitario: Ejemplos prácticos de Asia (segunda edición)
Tourisme et développement communautaire – Les pratiques en Asie (seconde édition)



2008 | 284 p. | € 40

ISBN English: 978-92-844-1305-8

E Asia's fast growing tourism industry with its variety of markets has become a national economic growth engine. This report provides a compilation of case studies of a number of Asian countries. It describes how community tourism is developed in the region and how tourism can contribute to the development of local communities. It aims to improve the understanding of the complexity and the related factors of the situational elements which need to be taken into account for better policy guidance. It attempts to share some experiences among Asian countries, as well as regions elsewhere in the world. The book serves as a reference for graduates and university students. Furthermore, it can be of considerable interest to policy makers and professionals working in community tourism.

Contents

- The Implementation of Community based Tourism; Community Participation in Tourism; The Successes and Difficulties of Advisory Work; Community Tourism and Broadbased Local Development; Success of Chuncheon Puppet Festival in Korea and Local Community's Active Participation in Chuncheon City
 - Design for Intervention; Possible Model for Culture-based Tourism Development; ICT Driven Business Approach for Sustainable Community-based Tourism Intervention
 - Country Experience and Country Strategies
 - UNWTO Projects in Asia

S El sector turístico asiático, con su rápido crecimiento y su variedad, se ha convertido en un motor nacional de desarrollo económico. Este informe ofrece una compilación de casos reales en Asia. Describe cómo evoluciona el turismo comunitario en la región y cómo puede contribuir al desarrollo de las comunidades locales, tratando de impulsar la comprensión de su complejidad y de los factores relacionados con los elementos circunstanciales que deben tenerse en cuenta para una mejor dirección política. Con este estudio se promueve también el intercambio de experiencias entre países asiáticos, así como con otras regiones del mundo. El libro sirve de referencia académica; además puede tener un interés considerable para los responsables públicos y los profesionales que trabajan en el campo del turismo comunitario.

Índice

- La implantación del turismo comunitario; La participación de las comunidades en el turismo; Los éxitos y las dificultades del trabajo de asesoramiento; El turismo comunitario y el desarrollo local de base amplia
- Concepción de intervenciones; Un posible modelo de desarrollo del turismo cultural; La aplicación de las nuevas tecnologías en la empresa y la intervención en turismo comunitario sostenible
- Proyectos de la OMT en Asia

F En Asie, le secteur du tourisme à la croissance rapide et aux marchés divers est devenu un moteur de la croissance économique. Cet ouvrage rassemble des études de cas concernant des pays asiatiques. Il explique la façon dont le tourisme communautaire s'étend dans cette région du monde et les moyens qu'a le tourisme de contribuer au développement des communautés locales. Il a pour objet de faire mieux comprendre la complexité et les facteurs étroitement liés de la situation, dont il faut tenir compte pour améliorer les orientations politiques. Le but est aussi de partager certaines expériences avec des pays d'Asie et autres régions du monde. Cette publication servira de référence aux licenciés et aux étudiants. De plus, elle peut présenter un intérêt considérable pour les responsables politiques et les professionnels du tourisme.

Table des matières

- La mise en pratique du tourisme communautaire; Participation des communautés dans le secteur du tourisme; Réussites et difficultés du travail de conseil; Le tourisme communautaire et le développement local à large assise
- La conception de l'intervention; Modèle possible de développement du tourisme culturel; Les TIC comme moteur de la démarche d'intervention des entreprises dans le tourisme communautaire durable
- Les projets de l'OMT en Asie

Voluntary Initiatives for Sustainable Tourism

**Iniciativas voluntarias
para un turismo sostenible**

2002 | 200 p. | € 30

This publication includes a CD ROM.

**Initiatives volontaires en faveur du
tourisme durable**

ISBN English: 978-92-844-0509-1

E Voluntary initiatives such as eco-labels and certification schemes play an increasing role in regulating tourism operations. This study, based on the analysis of 104 voluntary initiatives world-wide, identifies similarities and differences among voluntary initiatives and outlines the factors that make them successful in terms of sustainable tourism development. Based on the results, guidelines are made available to tourism companies wishing to adopt any of these voluntary schemes; organizations that run these initiatives, in order to improve existing schemes or create new ones; as well as for governments and NGOs, to provide them with technical criteria and guidelines for the support and supervision they may wish to give to these initiatives.

S Las iniciativas voluntarias, como eco-etiquetas y sistemas de certificación adquieren cada vez mayor regulación de las operaciones turísticas. Este estudio, basado en el análisis de 104 iniciativas voluntarias del mundo, ofrece una evaluación de la eficacia de los sistemas existentes. A partir de los resultados, se brinda un conjunto de directrices para las compañías dedicadas al turismo que deseen adoptar alguno de estos sistemas voluntarios, para las organizaciones que llevan a cabo esas iniciativas y que quieran mejorar los actuales sistemas o crear otros nuevos, así como para los gobiernos y las ONG.

F Les initiatives volontaires, telles qu'éco-labels et systèmes d'homologation, prix, systèmes de gestion de l'environnement, codes de conduite, engagements et déclarations à titre particulier, jouent un rôle croissant dans la réglementation des activités touristiques. À partir de l'analyse de 104 initiatives volontaires du monde entier, cette étude offre une évaluation de l'efficacité des systèmes existants. Elle définit les similitudes et les différences des initiatives volontaires et passe en revue les facteurs qui en assurent la réussite sous l'angle du développement durable du tourisme.

Sustainable Development of Ecotourism – A Compilation of Good Practices

**Desarrollo sostenible del ecoturismo –
Una compilación de buenas prácticas**

2001 | 256 p. | € 25

Contains papers in English, Spanish and French.

**Développement durable de
l'écotourisme – Une compilation de
bonnes pratiques**

ISBN English: 978-92-844-0478-0

E This publication has been prepared on the occasion of the International Year of Ecotourism 2002. The 55 case studies taken from 39 countries present a wide range of successful ecotourism initiatives. Each of them is presented in a systematic form, describing stakeholders involved, objectives and strategies, funding, sustainability and monitoring aspects, problems encountered and solutions found in each project, etc.. The sustainability aspects are further detailed according to specific elements of ecotourism such as: conservation, community involvement, interpretation and education, as well as environmental management practices.

S La presente publicación se ha preparado con ocasión del Año Internacional del Ecoturismo (2002). Los 55 ejemplos procedentes de 39 países incluyen de forma sistemática un amplio espectro de iniciativas de ecoturismo que se han desarrollado con éxito, indicando las partes involucradas, los objetivos y las estrategias, la forma de financiación, algunos aspectos vinculados con la sostenibilidad y el seguimiento, los problemas encontrados, las soluciones halladas en cada proyecto, etc. La cuestión de la sostenibilidad se estudia más detalladamente en función de elementos específicos del ecoturismo: la conservación, la participación de las comunidades, la interpretación y la educación, así como la actividad de gestión ambiental.

F Cette publication a été préparée à l'occasion de l'Année internationale de l'écotourisme (2002). C'est le deuxième volume de la collection «Bonnes pratiques» consacrée au développement durable du tourisme. Les 55 études de cas de 39 pays qui y figurent présentent systématiquement un large éventail d'initiatives couronnées de succès dans le domaine de l'écotourisme en indiquant notamment, pour chaque projet, les parties prenantes, les objectifs et les stratégies, le financement, les éléments de durabilité, les problèmes rencontrés, les solutions trouvées et les activités de surveillance.

Sustainable Development of Tourism – A Compilation of Good Practices

**Desarrollo sostenible del turismo –
Una compilación de buenas prácticas**

2000 | 202 p. | € 25

Contains papers in English, Spanish and French.

**Développement durable du tourisme –
une compilation de bonnes pratiques**

ISBN English: 978-92-844-0372-1

E This publication contains around 50 examples of good practices in sustainable development and management of tourism, collected from 31 countries. A great variety of projects are presented, ranging from local to regional and national levels, including activities of the public, private and NGO sectors, covering aspects of eco-, rural- and cultural tourism, accommodations, tour operations, transportation, protected area management, regulatory and voluntary frameworks, among others. Each case is described in a systematic order, including detailed background information, success factors for sustainability, problems aroused and their solutions, lessons learnt and monitoring activities.

S Esta publicación contiene unos 50 ejemplos de buenas prácticas de desarrollo y gestión sostenibles del turismo, procedentes de 31 países. En ella se presentan proyectos muy diversos, que varían de la escala local a la regional y la nacional, y se refieren a actividades de los sectores público, privado y de las ONG relacionadas, con el ecoturismo, el turismo rural y el turismo cultural, el alojamiento, los tour operadores, el transporte, la gestión de zonas protegidas, y los marcos normativos reglamentarios y voluntarios. Cada caso se describe con detallada información de antecedentes.

F Cette publication contient une cinquantaine d'exemples de bonnes pratiques en matière de développement et de gestion durables du tourisme, recueillis auprès de 31 pays. Les projets qu'elle présente sont très variés: ils vont du niveau local aux niveaux régional et national, comprennent des activités des secteurs public et privé et d'ONG et portent notamment sur l'écotourisme, le tourisme rural et le tourisme culturel, l'hébergement, l'organisation de voyages, les transports, la gestion des zones protégées et les cadres réglementaires et volontaires. Chaque cas est décrit de façon systématique.

Sustainable Development of Ecotourism – A Compilation of Good Practices in SMEs

**Desarrollo sostenible del ecoturismo –
Una compilación de buenas prácticas
en las PYME**

2003 | 306 p. | € 30

ISBN English: 978-92-844-0621-0

ISBN Spanish: 978-92-844-0623-4

ISBN French: 978-92-844-0622-7

**Développement durable de
l'écotourisme – Recueil de bonnes
pratiques dans les PME**

E This compilation contains 65 case studies about exemplary practices in SMEs providing details on methodologies and business approaches applied successfully by a wide range of ecotourism companies; besides, a valuable well of information that can serve for generating ideas and adapting sustainable practices to the specific local conditions elsewhere. The experiences presented come directly from the field, from the people who developed these initiatives and who are in charge of these business ventures, and reflect the complexity of small businesses, the great challenges and opportunities they face and the endless creativity that this business allows for.

S Esta compilación reúne 65 estudios de casos sobre prácticas ejemplares en PYME de ecoturismo. Los casos ofrecen datos sobre las metodologías y los planteamientos empresariales aplicados con éxito por un amplio espectro de PYME de ecoturismo y ofrece una fuente de información para generar ideas y adaptar esas prácticas sostenibles a las condiciones específicas de cualquier otro lugar. Las experiencias presentadas vienen del terreno, de personas que han desarrollado iniciativas y que se ocupan a diario de sus proyectos empresariales y reflejan la complejidad de la pequeña empresa, los grandes retos y oportunidades y la creatividad que tiene cabida en este ámbito.

F Ce recueil comprend 65 études de cas de 47 pays consacrées aux pratiques exemplaires des PME d'écotourisme. Ces études de cas fournissent des précisions sur les méthodes de gestion et les démarches commerciales suivies avec succès par un large éventail d'entreprises écotouristiques. Elles constituent une source précieuse d'informations susceptibles de donner des idées et d'adapter les pratiques de l'écotourisme durable à d'autres conditions locales. Les expériences présentées dans cet ouvrage ont été directement acquises sur le terrain par les personnes qui ont mis au point ces initiatives et qui s'occupent des activités de ces entreprises.



2002 | € 30 each | 7 reports: € 120

ISBN Collection of 7 reports

English: 978-92-844-0534-3
Spanish: 978-92-844-0612-8
French: 978-92-844-0641-8

Canada:

ISBN English: 978-92-844-0508-4
ISBN Spanish: 978-92-844-0563-3
ISBN French: 978-92-844-0538-1

France:

ISBN English: 978-92-844-0525-1
ISBN Spanish: 978-92-844-0540-4
ISBN French: 978-92-844-0520-6

Germany:

ISBN English: 978-92-844-0485-8
ISBN Spanish: 978-92-844-0589-3
ISBN French: 978-92-844-0516-9

Italy:

ISBN English: 978-92-844-0496-4
ISBN Spanish: 978-92-844-0537-4
ISBN French: 978-92-844-0595-4

Spain:

ISBN English: 978-92-844-0547-3
ISBN Spanish: 978-92-844-0501-5
ISBN French: 978-92-844-0564-0

United Kingdom:

ISBN English: 978-92-844-0486-5
ISBN Spanish: 978-92-844-0541-1
ISBN French: 978-92-844-0528-2

United States of America:

ISBN English: 978-92-844-0490-2
ISBN Spanish: 978-92-844-0526-8
ISBN French: 978-92-844-0594-7

E The year 2002 was declared by the UN as the International Year of Ecotourism. For this occasion, the UNWTO prepared this series of market reports with the aim to increase the knowledge of seven important countries considered "Ecotourism generating markets". These surveys analyse and evaluate the respective nature tourism and ecotourism markets, their volume, characteristics, major trends and development profiles. The studies also report on consumer profiles, the role of the different marketing actors, product typologies and the main marketing tools used in these markets. The *Ecotourism Market Reports* are available for: Germany, United States of America, United Kingdom, Canada, Spain, France, Italy.

Contents

- The global tourism market
- The ecotourism market
 - Typology of ecotourism products
 - Main domestic and foreign ecotourism destinations offered
 - Expected future trends
- Typology of requirements and behaviour of tourists practicing ecotourism
 - Type of information required in advance and at the destination
 - Type of accommodation used
 - Marketing and promotional channels
 - Role and size of tour operators and travel agents; Direct marketing by suppliers
 - Online marketing
 - Main promotional events for ecotourism

S En el marco del Año Internacional del Ecoturismo (2002), la OMT encargó una colección de siete estudios de mercado pioneros que abarca siete importantes mercados considerados como "mercados emisores de ecoturismo". Se trata de un estudio comparativo, por lo que se ha empleado en todos los países una definición común de ecoturismo y una metodología similar. Aparte, los estudios contienen una lista completa de los tour operadores que trabajan en el ámbito del ecoturismo en cada país.

La colección está disponible para:
Alemania, Canadá, España, Estados Unidos de América, Francia, Italia, Reino Unido

Índice

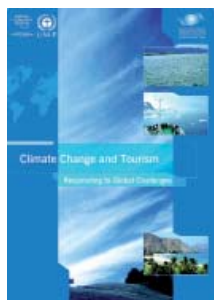
- El mercado mundial del turismo
- El mercado del ecoturismo
 - Tipología de productos de ecoturismo
 - Principales destinos nacionales y extranjeros de ecoturismo ofrecidos
 - Previsión sobre futuras tendencias
- Tipología de las necesidades y de los comportamientos de los turistas que practican el ecoturismo
 - Tipo de información solicitada antes de la partida y en el lugar de destino
 - Tipo de alojamiento ocupado
- Vías de marketing y promoción
 - Función y tamaño de los tour operadores y de las agencias de viajes
 - Marketing directo de los proveedores
 - Marketing a través de Internet
 - Principales acontecimientos para promocionar el ecoturismo

F En vue de l'Année internationale de l'écotourisme (2002), l'OMT a commandé une série de sept études novatrices sur le marché de l'écotourisme en Allemagne, au Canada, en Espagne, aux États-Unis, en France, en Italie et au Royaume-Uni. Aux fins de comparaison, il a été adopté pour toutes ces études des méthodes analogues et une définition commune de l'écotourisme. Outre les résultats, chaque volume contient une liste complète des voyageurs s'occupant dans chaque pays de tourisme de nature et d'écotourisme.

Les études sur le marché de l'écotourisme sont disponibles pour :
L'Allemagne, les États-Unis d'Amérique, le Royaume-Uni, le Canada, l'Espagne, la France, l'Italie.

Table des matières

- L'ensemble du marché touristique
- Le marché de l'écotourisme
 - Typologie des produits écotouristiques
 - Principales destinations d'écotourisme offertes dans le pays et à l'étranger
 - Prévisions de tendances
- Typologie des exigences et du comportement des touristes pratiquant l'écotourisme
 - Type de renseignements demandés à l'avance et sur place
 - Type d'hébergement utilisé
- Circuits de commercialisation et de promotion de l'écotourisme
 - Rôle et taille des voyageurs et des agents de voyages
 - Marketing direct des prestataires de services
 - Marketing en ligne
 - Principales manifestations de promotion de l'écotourisme



2008 | 230 p. | € 45

ISBN English: 978-92-844-1234-1

E This publication contains the key proceedings and technical report of the Second International Conference on Climate Change and Tourism, held in Davos, Switzerland, in 2007 including the Davos Declaration and the summary of the conference debates. The extensive technical report was commissioned to an international team of experts by UNWTO, the United Nations Environment Programme (UNEP) and the World Meteorological Organization (WMO). It provides knowledge about current and future likely impacts of climate change on tourism destinations around the world, possible implications for tourist demand, current levels and trends in GHG emissions from the tourism sector, and an overview of policy and management responses adopted by the key stakeholder groups with respect to adaptation to and mitigation of climate change.

Contents

- Results of the Second International Conference on Climate Change and Tourism and Davos Declaration
- The New Realities of Tourism in an Era of Global Climate Change
- Impacts and Adaptation at Tourism Destinations and Impacts on Tourism Supply
- Implications of Climate Change for Tourism Demand Patterns
- Emissions from Tourism: Status and Trends
- Mitigation Policies and Measures
- The Way Forward to Adaptation and Mitigation in Tourism and to Climate Change
- The Contribution of Tourism to Climate Change

S Esta publicación contiene los principales trabajos y el informe técnico de la Segunda Conferencia Internacional sobre Cambio Climático y Turismo, celebrada en Davos (Suiza) en 2007, incluyendo la Declaración de Davos y el resumen de los debates de la conferencia. El extenso informe técnico fue encargado a un equipo internacional de expertos por la OMT, el PNUMA y la OMM. Ofrece una síntesis de los conocimientos que se tienen hoy sobre los impactos actuales y futuros del cambio climático en los destinos turísticos de todo el mundo, las posibles consecuencias para la demanda turística y los niveles actuales y las tendencias de las emisiones de gases de efecto invernadero del sector turístico, así como una visión de conjunto de las respuestas de orden político y administrativo adoptadas por grupos de interlocutores claves con respecto a la adaptación y la mitigación del cambio climático.

Índice

- Segunda Conferencia Internacional sobre Cambio Climático y Turismo y la Declaración de Davos
- Nuevas realidades del turismo en una era de cambio climático mundial
- Efectos y adaptación en los destinos turísticos y en la oferta turística
- Consecuencias para los patrones de la demanda turística
- Políticas y medidas de mitigación
- Contribución del turismo al cambio climático

F Cette publication contient l'essentiel des actes et le rapport technique de la Deuxième Conférence internationale sur le changement climatique et le tourisme, tenue à Davos, Suisse, en 2007 y compris la Déclaration de Davos et le résumé des débats. Le rapport a été réalisé par l'OMT, le PNUe et l'OMM. Il fournit, d'une part, une synthèse de l'état des connaissances concernant les effets actuels et probables dans l'avenir du changement du climat sur les destinations touristiques, les répercussions possibles sur la demande touristique, ainsi que les niveaux actuels et les tendances des émissions de GES du secteur touristique et, d'autre part, une vue d'ensemble des mesures relevant de la politique et de la gestion qu'ont prises les grands groupes d'acteurs – organisations internationales, administrations publiques et professionnels du tourisme – pour s'adapter au phénomène et en atténuer les conséquences.

Table des matières

- Résultats de la Deuxième Conférence internationale sur le changement climatique et le tourisme et la Déclaration de Davos
- Les nouvelles réalités du tourisme en une période de modification du climat de la planète
- Les répercussions du phénomène et l'adaptation des destinations touristiques
- Les conséquences du changement climatique pour les caractéristiques de la demande touristique

World Ecotourism Summit – Final Report

Cumbre mundial del ecoturismo – Informe final

2002 | 140 p. | € 15

Sommet mondial de l'écotourisme – Rapport Final

ISBN English: 978-92-844-0550-3
ISBN Spanish: 978-92-844-0565-7
ISBN French: 978-92-844-0566-4

E This report contains the summaries of the debates held and conclusions reached at the World Ecotourism Summit and its preparatory process, as well as the Quebec Declaration on Ecotourism. The World Ecotourism Summit was the principal event to mark 2002 as the International Year of Ecotourism. The Summit was an initiative of the UNWTO and the United Nations Environment Programme (UNEP). The purpose of the Summit was to bring together governments, international agencies, NGOs, tourism enterprises, representatives of local and indigenous communities, academic institutions and individuals with an interest in ecotourism and enable them to learn from each other and identify some agreed principles and priorities for the future development and management of ecotourism.

S Este informe contiene los resúmenes de los debates y las conclusiones de la Cumbre Mundial del Ecoturismo así como de su proceso preparatorio, y la Declaración de Québec sobre el Ecoturismo. La Cumbre Mundial del Ecoturismo, celebrada en la Ciudad de Québec (Canadá), del 19 al 22 de mayo 2002, fue el evento principal de 2002 como Año Internacional del Ecoturismo. La Cumbre fue iniciativa de la OMT y del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, y se celebró bajo el patrocinio de Tourisme Québec y la Comisión Canadiense de Turismo. Estas cuatro organizaciones fueron los socios responsables de la Cumbre.

F Cet ouvrage contient les résumés des débats et les conclusions du Sommet mondial de l'écotourisme et de ses conférences préparatoires, ainsi que la Déclaration de Québec sur l'écotourisme. Le Sommet mondial de l'écotourisme, principale manifestation organisée pour marquer l'Année internationale de l'écotourisme, s'est tenu du 19 au 22 mai 2002 à Québec, au Canada. Ce sommet, initiative de l'OMT et du Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUe), avait pour organismes hôtes Tourisme Québec et la Commission canadienne du tourisme. Ces quatre institutions étaient les partenaires responsables du sommet.

Climate Change and Tourism

Cambio climático y turismo

2003 | 56 p. | € 15

Changement climatique et tourisme

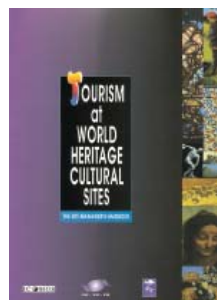
ISBN English: 978-92-844-0632-6
ISBN French: 978-92-844-0692-0

E This publication was prepared as a result of the First International Conference on Climate Change and Tourism which was held on 9–11 April 2003 in Djerba, Tunisia. It includes a basic report and summaries of the discussions and sessions on the consequences, opportunities and risks that the tourism sector is facing as a result of changes in world's climate.

The publication includes the Djerba Declaration on Tourism and Climate Change and the Agenda of Action.

S Esta publicación surgió como resultado de la Primera Conferencia Internacional sobre Cambio Climático y Turismo, celebrada del 9 al 11 de abril 2003 en Djerba (Túnez). El estudio contiene un informe básico y resúmenes de los debates y reuniones mantenidos sobre las consecuencias, oportunidades y riesgos que el sector turístico afronta como resultado de los cambios que sufre el clima del planeta. Se incluyen asimismo la Declaración de Djerba sobre Turismo y Cambio Climático y el Programa de Acción.

F Cette publication est le résultat de la première Conférence internationale sur le changement climatique et le tourisme qui a été tenue du 9 au 11 avril 2003 à Djerba, en Tunisie. Elle inclut un rapport et les résumés des discussions et des séances sur les conséquences, les possibilités et les risques du changement climatique mondial pour le secteur du tourisme. La publication inclut la déclaration de Djerba sur le changement climatique et le tourisme et le plan d'action.



1999 (Arabic: 2004) | 138 p. | € 20

ISBN English: 978-92-844-0314-1
ISBN Arabic: 978-92-844-0670-8

E World Heritage Sites include many of the world's most outstanding attractions and grandest monuments of the past. For tourism promoters they act as magnets, while for the nation in which they are found they serve as icons that continue to influence current values. This handbook concentrates on human-made sites, the physical evidence of major historical events. It is devoted to helping the managers of World Heritage Sites accomplish a dual purpose: to conserve the site given to their care and provide meaningful and considerate access to as many visitors as the site can allow.

Contents

- Preparing the foundation
 - The World Heritage Convention
 - Establishing a management philosophy
 - The site management planning process
- Building a structure
 - Policies on visitor-related income
 - Recording and analysing visitor data
- Welcoming visitors
 - Moving travellers to and from sites
 - Visitor amenities and services
 - Site interpretation and visitor education
- World Heritage Convention
 - Maps of cultural and cultural / natural sites
 - The ICOMOS charter on cultural tourism

S Entre los Sitios del Patrimonio Mundial se cuentan muchas de las atracciones más destacadas y de los monumentos más importantes del pasado. Para los promotores turísticos son como imanes, mientras que para la nación donde se encuentran son símbolos vivos que siguen influyendo en los valores del presente. Este manual se centra en los sitios que son obra del hombre, y que aportan el testimonio físico de grandes acontecimientos históricos. Su fin es ayudar a los gestores de los sitios a cumplir dos propósitos: conservar el sitio encomendado, y dar un acceso adecuado a todos los visitantes que el sitio pueda recibir.

Índice

- Sentar las bases; La Convención del Patrimonio Mundial; Definir una filosofía de gestión; El proceso de planificación de la gestión de un sitio
- Edificar la estructura; Políticas de ingresos; Registro y análisis de los datos de visitantes
- Recepción de los visitantes; Desplazamiento de los visitantes hasta y desde los sitios; Comodidades y servicios para los visitantes; Información al público sobre los sitios y educación de los visitantes
- Convención del Patrimonio Mundial
- Mapas de los sitios culturales y culturales / naturales
- La carta del ICOMOS sobre el turismo cultural

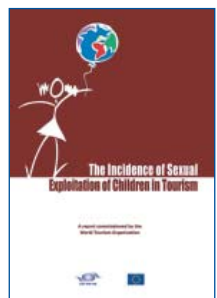
F Les sites du patrimoine mondial comprennent nombre des centres d'intérêt les plus remarquables du monde et des monuments les plus grandioses du passé. Pour les promoteurs du tourisme, ils servent d'aimants et, pour le pays où ils se trouvent, d'emblèmes qui continuent à influencer sur les valeurs actuelles. Ce manuel traite des sites aménagés par l'homme, preuves matérielles de grands événements historiques. Il entend aider les gestionnaires des sites du patrimoine mondial à s'acquitter de leur double mission: sauvegarder le site confié à leurs soins et en assurer l'accès, de façon effective et satisfaisante, à autant de visiteurs que le site peut en accueillir.

Table des matières

- Le point de départ; La Convention du patrimoine mondial; Le choix d'une philosophie de gestion; La planification de la gestion du site
- La mise en place d'une structure; Principes directeurs en matière de recettes touristiques; Enregistrement et analyse des données sur les visiteurs; L'accueil des visiteurs; Transports; Équipements et services réservés aux visiteurs; Interprétation du site et formation des visiteurs
- La Convention du patrimoine mondial
- Cartes des sites culturels et naturels / culturels
- La charte de l'ICOMOS sur le tourisme culturel

The Incidence of Sexual Exploitation of Children in Tourism

La incidencia de la explotación sexual de los niños en el turismo | L'étendue de l'exploitation sexuelle des enfants dans le tourisme



2001 | 180 p. | € 20

ISBN English: 978-92-844-0500-8
ISBN Spanish: 978-92-844-0512-1
ISBN French: 978-92-844-0511-4

E This study was prepared within the context of the International Campaign Against Sexual Exploitation of Children in Tourism, co-funded by the European Commission. The report considers the effectiveness of existing international campaigns, identifies critical areas involving the tourism industry and makes recommendations for the prevention of this exploitation in the short and long term. It also includes recommendations of how the tourism industry can work in collaboration with other stakeholders and within its own sectors, to end Commercial Sexual Exploitation of Children in tourism. The first part of the report relates to tourism-receiving countries and focuses particularly on three South-East Asian tourism destinations – Cambodia, Thailand and Bali, Indonesia. The second part addresses the issue from the perspective of tourism-sending countries and provides a study on New Zealand's sex industry and overseas travel by New Zealand nationals.

Contents

- The commercial sexual exploitation of children in tourism from the tourism-receiving perspective
 - What is "Child Sex Tourism"?
 - Country case studies
- Knowledge attitudes and practices of the tourism industry
- The commercial sexual exploitation of children in tourism from the tourism-sending perspective

S Este estudio forma parte de una serie de proyectos realizados en el contexto de la Campaña Internacional contra la Explotación Sexual de los Niños en el Turismo, cofinanciada por la Comisión Europea. El informe analiza la eficacia de las campañas internacionales en curso, detecta los aspectos críticos que afectan al sector turístico y formula recomendaciones para evitar la explotación a corto y a largo plazo. Incluye además recomendaciones sobre cómo puede actuar el sector turístico, para poner fin a la explotación sexual de niños en el turismo. La primera parte del informe trata de los países receptores de turistas y se centra particularmente en tres destinos turísticos: Camboya, Tailandia y Bali (Indonesia). La segunda parte aborda la cuestión desde la perspectiva de los países emisores de turistas. Analiza aspectos críticos y presenta además un estudio de la industria del sexo en Nueva Zelanda y de los viajes al extranjero de los neozelandeses.

Índice

- La explotación sexual de niños con fines comerciales en el turismo desde la perspectiva de los países receptores
 - ¿Qué es el "turismo sexual con niños"?
 - Estudios de casos de países
 - Conocimientos, actitudes y prácticas del sector turístico
- La explotación sexual de niños en el turismo desde la perspectiva de los países emisores

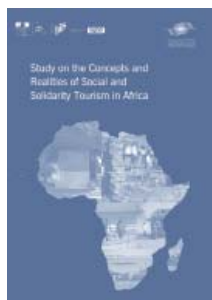
F Cet ouvrage fait partie d'une série de projets étroitement liés et réalisés dans le contexte de la campagne internationale contre l'exploitation sexuelle des enfants dans le tourisme avec le concours financier de la Commission européenne. Il se compose de deux parties qui étudient l'exploitation sexuelle des enfants à des fins commerciales (ESEC) dans les réseaux touristiques du point de vue tant des pays récepteurs que des pays émetteurs de tourisme. Il examine l'efficacité des campagnes internationales existantes, définit les domaines critiques où intervient le secteur du tourisme et fait des recommandations pour la prévention de cette exploitation à court et à long terme. Il comprend également un certain nombre de recommandations sur les modes possibles de collaboration des professionnels du tourisme entre eux et avec d'autres parties prenantes pour mettre fin à l'ESEC dans cette branche d'activité.

Table des matières

- L'exploitation sexuelle des enfants à des fins commerciales dans le tourisme du point de vue des pays récepteurs
 - Qu'est-ce que le «tourisme sexuel avec des enfants»?
 - Études de cas par pays
 - Connaissances, comportement et pratiques de l'industrie touristique
- L'exploitation sexuelle des enfants dans le tourisme du point de vue des pays émetteurs

Study on the Concepts and Realities of Social and Solidarity Tourism in Africa

Estudio sobre los conceptos y las realidades del turismo social y del turismo solidario en África
Étude sur les concepts et réalités du tourisme social et solidaire en Afrique



2007 | 90 p. | € 20

ISBN English: 978-92-844-1242-6
ISBN French: 978-92-844-1241-9

E The purpose of this UNWTO study is to explore the forms, the motivations and the impacts of social and solidarity tourism in Africa and to examine measures that could be taken in this sector. It was carried out in partnership with the French Ministry of Foreign Affairs, the National Union of Tourism Associations in France and the International Bureau of Social Tourism. Divided into three parts, the report deals with the concepts of social and solidarity tourism from an international, as well as African perspective and explains the role and activities of public authorities. It gives also examples of successful experiences in the field of solidarity tourism, factors contributing to their success and their impact on host communities.

Contents

- Promoting Social and Solidarity Tourism in Africa; Definition of Social Tourism; Milestones of Social Tourism; Development in Africa; From Social Tourism to Solidarity Tourism
- Role and Activities of Public Authorities; Development and Promotion of Domestic Tourism; Role of Government Authorities in the Social Tourism Sector;
- Support for the Development of Solidarity Tourism
- Solidarity Tourism: Giving a Voice to Actors in the Field; Approaches that Are Similar yet Different; The main Objectives and Motivations of Solidarity Tourism Actors
 - Major Analytical Findings
 - Quantitative Analysis of the Data

S El propósito de este estudio es explorar las formas, los motivos y las repercusiones del turismo social y solidario en África y examinar medidas que pudieran adoptarse en este sector. Dividido en tres partes, el informe analiza los conceptos de turismo social y de turismo solidario desde la perspectiva internacional y desde la perspectiva africana y explica la función y las actividades de las autoridades públicas. Ofrece además ejemplos de experiencias fructíferas en el ámbito del turismo solidario, de factores que contribuyen al éxito y de su incidencia en las comunidades receptoras.

Índice

- Promoción del turismo social y solidario en África; Definición del turismo social; Hitos del desarrollo del turismo social en África; Del turismo social al turismo solidario
- La función y las actividades de las autoridades públicas; Desarrollo y promoción del turismo interno; La función de las autoridades públicas en el sector del turismo social; Apoyo al desarrollo del turismo solidario
- Turismo solidario: Una voz para los actores sobre el terreno; Enfoques similares y a la vez diferentes; Principales objetivos y motivaciones de los actores del turismo solidario; Principales hallazgos analíticos; Análisis cuantitativo de los datos

F Cette étude porte sur les formes, les motifs et les effets du tourisme social et du tourisme solidaire en Afrique et elle examine les mesures qui pourraient être prises dans ce domaine. Elle est le fruit du partenariat du ministère français des Affaires étrangères, de l'Union nationale des associations de tourisme de France, du Bureau international du tourisme social et de l'OMT. Divisée en trois parties, elle traite les concepts de tourisme social et de tourisme solidaire dans une double optique, internationale et africaine, et elle explique le rôle et les activités des pouvoirs publics. En outre, elle donne des exemples d'expériences de tourisme solidaire couronnées de succès, des facteurs contribuant à cette réussite et des répercussions sur les communautés d'accueil.

Table des matières

- La promotion du tourisme social et du tourisme solidaire en Afrique; Définition du tourisme social; Jalons du développement du tourisme social en Afrique; Du tourisme social au tourisme solidaire
- Le rôle et les activités des pouvoirs publics; Développement et promotion du tourisme interne; Rôle de l'État dans le secteur du tourisme social; Appui du développement du tourisme solidaire
- Le tourisme solidaire : permettre de s'exprimer aux acteurs de terrain; Principaux objectifs et motivations des acteurs du tourisme solidaire

International Conference on Tourism, Religions and Dialogue of Cultures (Cordoba, 29 – 31 October 2007)

Conferencia internacional sobre turismo, religiones y diálogo entre culturas (Córdoba, 29 – 31 de octubre 2007)
Conférence internationale sur le tourisme, les religions et le dialogue des cultures (Cordoue, 29 – 31 octobre 2007)



2008 | 238 p. | € 32

This publication contains papers in English, Spanish and French.

ISBN trilingual: 978-92-844-1279-2

E At the invitation of the Government of Spain, the World Tourism Organization (UNWTO) organized the International Conference on Tourism, Religions and Dialogue of Cultures. This Conference was held in Cordoba, Spain, from 29 to 31 October 2007 in cooperation with the Ministry of Industry, Tourism and Commerce, the Junta of Andalusia and the Municipality of Cordoba. The present publication contains the speeches and presentations in English, Spanish and French delivered at the Conference, as well as initiatives and case studies featured in the three panels of the event: (a) Tourism, Religions and the Dialogue of Civilizations, (b) Religious Tourism and (c) Sustainability of Religious Tourism Destinations.

Contents

- Part I
 - Opening Ceremonies
 - Session A – Tourism, Religions and the Dialogue of Civilizations
 - Session B – Religious Tourism
 - Session C – Sustainability of Religious Tourism Destinations
- Part II
 - Tourism and Religions: A Contribution to the Dialogue Among Religions, Cultures and Civilizations – Summary of the Report Prepared in the Context of the Conference

S Por invitación del Gobierno de España, la Organización Mundial del Turismo (OMT) organizó la Conferencia Internacional sobre Turismo, Religiones y Diálogo entre las Culturas. Esta Conferencia se celebró en Córdoba (España) del 29 al 31 de octubre de 2007, en cooperación con el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, la Junta de Andalucía y el Ayuntamiento de Córdoba. La presente publicación contiene las ponencias y comunicaciones presentadas durante la Conferencia, así como las iniciativas y los estudios de casos prácticos de los tres grupos del evento: a) turismo, religiones y diálogo de civilizaciones, b) turismo religioso, y c) sostenibilidad de los destinos de turismo religioso.

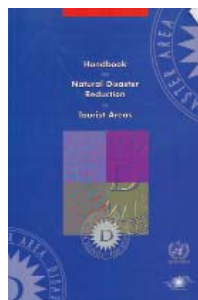
Índice

- Parte I
 - Ceremonias de inauguración
 - Sesión A – Turismo, religiones y diálogo de civilizaciones
 - Sesión B – Turismo religioso
 - Sesión C – Sostenibilidad de los destinos de turismo religioso
- Parte II
 - Turismo y religiones: contribución al diálogo entre religiones, culturas y civilizaciones – Resumen del informe preparado en el contexto de la Conferencia.

F Sur invitation du gouvernement espagnol, l'OMT a organisé une Conférence internationale sur le tourisme, les religions et le dialogue entre les cultures. Cette conférence, qui s'est tenue à Cordoue (Espagne) du 29 au 31 octobre 2007, a été réalisée en coopération avec le ministère espagnol de l'Industrie, du tourisme et du commerce, le gouvernement régional andalou et la municipalité de Cordoue. La présente publication contient les discours et les présentations réalisés pendant la Conférence ainsi que les initiatives et les études de cas présentées par les trois groupes constitués à cette occasion : a) Tourisme, religions et dialogue entre civilisations, b) Tourisme religieux et c) Durabilité des destinations touristiques religieuses.

Table des matières

- Première partie
 - Cérémonies d'ouverture
 - Session A – Tourisme, religions et dialogue entre civilisations
 - Session B – Tourisme religieux
 - Session C – Durabilité des destinations touristiques religieuses
- Deuxième partie
 - Tourisme et religions : une contribution au dialogue entre les religions, cultures et civilisations – Résumé du rapport préparé dans le contexte de la conférence



1998 | 126 p. | € 20

ISBN English: 978-92-844-0239-7

E Nowadays tourism involves the movement of millions of people to virtually all countries on the surface of this globe. Quite often tourism developments are located in areas exposed to, or likely to be exposed to, sudden-onset natural disasters, in particular beach and coastal areas, river valleys and mountain regions. If these developments are hit by natural disasters the image of the tourist destination will suffer. This handbook, jointly produced by UNWTO and WMO experts, demonstrates how to combat natural disasters in tourist areas and mitigate their impacts. It guides the reader through disaster onset to post-disaster reconstruction and the relaunching of a tourist destination.

Contents

- Tropical cyclones and associated storm surges
- Flooding: coastal flooding, estuarine and river flooding
- Earthquakes and tourism
- Avalanches and tourism
- Emergency preparations and post-disaster relaunching
- Guide for resort managers
- Guide for tourists
- Family guide
- Guidance on marketing and press relations associated with relaunching tourism after a disaster
- Sample damage assessment report

S Hoy en día, el turismo origina movimientos de millones de personas con destino a prácticamente todos los países del planeta. Con bastante frecuencia, los centros turísticos se encuentran en zonas expuestas – o con probabilidades de verse expuestas – a catástrofes naturales repentinas, en particular cuando se trata de zonas playeras y costeras, valles fluviales y regiones montañosas. Si uno de estos centros es víctima de una catástrofe natural, la imagen de todo el destino turístico queda dañada. En este manual, preparado conjuntamente por expertos de la OMT y de la OMM, se explica cómo combatir las catástrofes naturales en zonas turísticas y reducir sus consecuencias. Se orienta al lector desde la aparición de la catástrofe, hasta la reconstrucción y el relanzamiento del destino turístico después de ella.

Índice

- Ciclones tropicales y fenómenos tormentosos asociados
- Inundaciones: Inundaciones en costas, estuarios y valles fluviales
- Terremotos y avalanchas
- Preparativos en casos emergentes y relanzamiento después de una catástrofe
- Guía para directores de centros turísticos
- Guía para turistas y familias
- Orientaciones sobre marketing y relaciones de prensa para el relanzamiento del turismo después de una catástrofe
- Modelo de informe de evaluación de daños

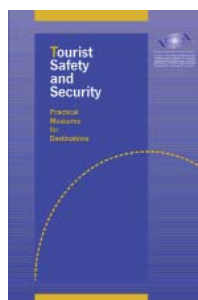
F De nos jours, le tourisme fait se déplacer des millions de personnes dans presque tous les pays du monde. Les équipements touristiques sont assez souvent situés dans des zones exposées ou risquant d'être exposées aux catastrophes naturelles soudaines, notamment les plages et les zones littorales, les vallées et les régions montagneuses. Si une catastrophe naturelle frappe ces équipements, l'image de la destination touristique en souffre. Ce manuel, préparé de concert par les spécialistes de l'OMT et de l'OMM, explique comment lutter contre les catastrophes naturelles dans les zones touristiques et comment en atténuer les effets. Il guide le lecteur du début de la catastrophe à la phase de reconstruction, puis de relance de la destination touristique.

Table des matières

- Cyclones tropicaux et marées de tempête associées
- Inondation de côtes, d'estuaires et de plaines et vallées
- Tremblements de terre et avalanches
- Préparation aux situations d'urgence et relance de l'activité après une catastrophe
- Guide des gestionnaires des stations
- Guide des touristes et des familles
- Conseils en matière de marketing et de relations avec la presse en vue de la relance du tourisme après une catastrophe
- Modèle de rapport d'évaluation des dégâts

Tourist Safety and Security – Practical Measures for Destinations

Seguridad en turismo – Medidas prácticas para los destinos | Protection et sécurité du tourisme – Mesures pratiques pour les destinations



1996 | 182 p. | € 20

ISBN English: 978-92-844-0152-9

ISBN Spanish: 978-92-844-0219-9

ISBN French: 978-92-844-0178-9

E Safety and security are vital to providing quality in tourism. More than any other economic activity, the success or failure of a tourism destination depends on being able to provide a safe and secure environment for visitors. This publication represents the result of a long-term effort by UNWTO. It examines planning considerations at the national and local levels. Case studies for principal tourism sectors and ideas for information brochures are also presented.

Contents

- Planning for tourism safety and security
- National responsibilities
- Policy and planning
- Media relations
- Legal, regulatory and juridical framework
- Prevention of organized crime and counter-terrorism
- Health
- Local responsibilities
- Creating local networks for visitor and resident safety and security
- Media relations
- Police protection of visitors
- First Aid, emergency services and hotlines
- Consumer protection
- Contingency plans
- Tourist insurance and travel assistance
- Consideration for special care visitors
- A sectoral approach to tourism safety
- Tourist safety and security information

S La seguridad es esencial para dar calidad al turismo. Más que cualquier otra actividad económica, el éxito o el fracaso de un destino turístico dependen de su capacidad para proporcionar a los visitantes un entorno seguro. Esta publicación es el resultado de un prolongado esfuerzo de la OMT. En ella se tratan asuntos de planificación a escala nacional y local. También contiene estudios de casos de los principales sectores turísticos y ofrece ideas para folletos de información.

Índice

- Planificación de la seguridad en turismo
- Responsabilidades nacionales; Política y planificación; Relaciones con los medios de comunicación; Marco legal, reglamentario y jurídico; Prevención de la delincuencia organizada y del terrorismo; Salud
- Responsabilidades locales; Creación de redes locales para la seguridad de visitantes y residentes; Relaciones con los medios de comunicación; Protección policial de los visitantes; Primeros auxilios, servicios de urgencias y líneas telefónicas de emergencia; Protección del consumidor; Planes de contingencia; Seguro turístico y asistencia en viajes; Consideración de los visitantes que requieren cuidados especiales
- Planteamiento sectorial de la seguridad
- Información sobre seguridad de los turistas

F La sécurité est vitale pour un tourisme de qualité. Plus que toute autre activité économique, le succès ou l'échec d'une destination touristique dépend de sa capacité de garantir à ses visiteurs la protection et sécurité de son environnement. Cette publication représente le résultat d'efforts poursuivis de l'OMT. Elle examine les tenants et les aboutissants de la planification à l'échelle nationale et locale. Elle présente aussi des études de cas pour les principaux secteurs touristiques et des idées pour des brochures d'informations.

Table des matières

- Planification de la protection et sécurité des touristes
- Responsabilités nationales; Politique et planification; Relations avec les médias; Cadre légal, réglementaire et juridique; Prévention du crime organisé et contre-terrorisme; Santé
- Responsabilités locales; Création de réseaux locaux pour la protection et la sécurité des visiteurs et des résidents; Relations avec les médias; Protection policière des visiteurs; Premiers soins, services d'urgence et lignes téléphoniques d'attention permanente; Protection des consommateurs; Plan d'urgences
- Les secteurs du tourisme et leur approche en matière de protection et sécurité
- Informations en matière de protection et sécurité des touristes

First, Second and Third International Avian and Human Influenza Simulation Exercise

Ejercicios internacionales de simulación sobre la gripe aviar y humana (primero, segundo y tercero)
Premier, deuxième et troisième exercices internationaux de simulation de la grippe aviaire et humaine



2007 and 2008 | € 27 each

ISBN 1st Exercise,
English and French:
978-92-844-1226-6

ISBN 2nd Exercise, English:
978-92-844-1236-5

ISBN 3rd Exercise, English:
978-92-844-1303-4

E The aim of the present exercises was to increase awareness and to identify weaknesses of national contingency plans, to facilitate intensive surveillance, to encourage fast and sincere reporting and to train international interactions and evacuations. They provided an opportunity to analyse problems that are to be faced in case of a pandemic in relation with the tourism industry. They also presented the possibility of finding efficient ways of facing and responding these problems. Furthermore, they laid out the next steps to be taken in order to get the tourism industry and the international community better prepared for a possible Avian and Human Influenza outbreak.

Contents

- General Information
- Scenario 1 – Storylines:
 - 1: Immediate Information Gathering and Reporting
 - 2: Isolation and Initial Measures
 - 3: Preparation of Evacuation
 - 4: Evacuation and Additional Measures
- Scenario 2 – Storylines:
 - 1: Developing Crisis
 - 2: Infections outside Holidayland
 - Final Question
 - Conclusions

S El objetivo de estos ejercicios era incrementar la sensibilización y detectar los puntos débiles de los planes nacionales de contingencia para facilitar una vigilancia intensiva, fomentar que se presenten informes verídicos y rápidos e impartir formación sobre interacciones internacionales y evacuaciones. Los ejercicios ofrecieron la oportunidad de analizar los problemas que habrá que afrontar en caso de pandemia en relación con el sector turístico y de buscar formas eficaces de abordarlos. Además, esbozaron los próximos pasos que habrá que dar para que el sector turístico y la comunidad internacional estén mejor preparados frente a un posible brote de gripe aviar y humana.

Índice

- Información general
- Escenario 1 – Planteamiento inicial
 - 1: Recopilación inmediata de información y notificación de la misma
 - 2: Aislamiento y medidas iniciales
 - 3: Preparación y evacuación
 - 4: Evacuación y medidas adicionales
- Escenario 2 – Planteamiento inicial:
 - 1: Evolución de la crisis
 - 2: Infecciones fuera de Holidayland
- Pregunta final
- Conclusiones

F Table des matières

- Information générale
- Scénario 1 – Récits
 - 1: Regroupement et divulgation immédiate d'informations
 - 2: Mesures d'isolement et mesures initiales
 - 3: Préparation à l'évacuation
 - 4: Mesures d'évacuation et mesures supplémentaires
- Scénario 2 – Récits
 - 1: Crise en évolution
 - 2: Infections en dehors de Holidayland
- Dernière question
- Conclusion

Communications and Incentives – The Importance of Fast and Sincere Reporting

Comunicación e incentivos – La importancia de informar con rapidez y sinceridad
Communication et incitation – L'importance d'une communication rapide et sincère



2008 | 44 p. | € 17

ISBN English: 978-92-844-1245-7

E This publication addresses the high importance fast and sincere reporting plays for a global problem such as Avian and Human Influenza (AHI). The issue was identified during the first international simulation exercise in Paris in March 2007 as an area of concern for the travel and tourism industry which required further investigation. The publication includes an initial report evaluating the theoretical possibilities of penalties and incentives to improve fast and sincere reporting, the International Health Regulations of the World Health Organization are outlined and country studies report on the individual experiences made over the course of the current AHI threat.

Contents

- Introduction to the Workshop
- Communications and Incentives during an Avian and Human Influenza Pandemic
- The Importance of Tourism for the National Economies in Asia and Pacific Regions
- The Importance of Consistent Messages and Fast and Sincere Reporting
- Measures Taken by the Government of Indonesia
- Measures Taken by the Government of Malaysia
- Summary of Discussions, Conclusions

S Esta publicación aborda la importancia de una información rápida y sincera para afrontar problemas mundiales como la gripe aviar y humana. El tema fue señalado durante el primer simulacro internacional llevado a cabo en París en marzo de 2007 como una de las preocupaciones del sector turístico que debía estudiarse a fondo. La publicación incluye un informe inicial que evalúa las posibilidades teóricas de las sanciones y los incentivos para mejorar la rapidez y la veracidad de la información que se transmite, un esbozo sobre el Reglamento Sanitario Internacional de la Organización Mundial de la Salud y un informe de casos prácticos sobre experiencias particulares de los países en relación con la amenaza actual de la gripe aviar y humana.

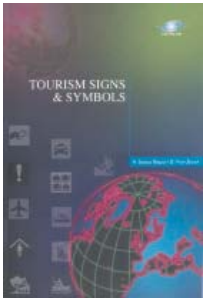
Índice

- Introducción al taller
- Comunicaciones e incentivos durante la pandemia de la gripe aviar y humana
- La importancia del turismo para la economía de los países en la región de Asia y el Pacífico
- La importancia de la coherencia de los mensajes y de la rapidez y la sinceridad con que se transmite la información
- Medidas adoptadas por el Gobierno de Indonesia
- Medidas adoptadas por el Gobierno de Malasia
- Resumen de los debates, Conclusiones

F Cette publication traite de l'importance extrême que revêt une communication rapide et sincère face à un problème mondial tel que la grippe aviaire et la grippe humaine. Le premier exercice international de simulation organisé à Paris en mars 2007 a fait ressortir la nécessité, pour le secteur du tourisme, d'étudier cette question plus en profondeur. Cette publication comprend un rapport initial évaluant les possibilités théoriques de mise en place de pénalités et d'incitations afin de favoriser une communication rapide et sincère, donne un aperçu des normes internationales sur la santé établies par l'OMS et présente des études par pays recueillant des expériences nationales face à la menace de la grippe aviaire et la grippe humaine.

Table des matières

- Présentation du séminaire
- Communication et incitation face à une pandémie de grippe aviaire et de grippe humaine
- L'importance du tourisme pour les économies nationales des pays de l'Asie et du Pacifique
- L'importance de messages cohérents et d'une communication rapide et sincère
- Mesures prises par le gouvernement de l'Indonésie
- Mesures prises par le gouvernement de la Malaisie
- Résumé des débats, conclusions



2001 | 232 p. | € 20
ISBN English: 978-92-844-0378-3

E The continuous and steady growth of international tourism leads to ever more encounters between people from different cultural systems, with divergent speech and customs. This implies a strong need for simple and widely understood tools for communication, like signs and symbols. This guidebook is the outcome of a survey carried out worldwide among NTAs. It sets out the concepts and terminology used in this field, discusses trademarks and colours relevant to safety, security and comfort of tourists and provides more than 290 potential symbols for public and tourist information. It is designed to be a source of knowledge and support for planners, developers, marketing experts and all those responsible for communications in tourism or tourism related organizations and enterprises.

Contents

- National experiences in the field of tourism signs and symbols
- International cooperation in the field of public and tourism signage
 - Main international instruments for visitor signage
 - Visitor signage policy and international standardization
- Selected signs and symbols standardized, recommended and used for public and visitor information
 - Guidance for the use of symbols
 - Graphic symbols used as logotypes

S El continuo crecimiento del turismo conlleva la intensificación de encuentros entre personas de distintos sistemas culturales, con idiomas y costumbres diferentes. Esto implica la necesidad de herramientas de comunicación sencillas y generalmente comprendidas, como son las señales y los símbolos. Esta guía es el resultado de una encuesta efectuada en todo el mundo a las ANT. En ella se establecen los conceptos y la terminología utilizados en este campo, se estudian las marcas comerciales y el uso de colores en relación con la seguridad y comodidad del turista, y se recopilan más de 290 símbolos potenciales de información pública y turística. La publicación es una fuente de conocimiento y un apoyo para planificadores, promotores, expertos en marketing y responsables de las comunicaciones en organizaciones y empresas relacionadas con el turismo.

Índice

- Experiencias nacionales en el campo de las señales y de los símbolos turísticos
- Cooperación internacional en el campo de la señalización pública y turística
 - Principales instrumentos de señalización, política y normalización de la señalización para visitantes
- Una selección de señales y símbolos normalizados, recomendados y utilizados para la información pública y de los visitantes
 - Orientación para el uso de los símbolos
- Símbolos gráficos utilizados como logotipos

F La croissance continue et régulière du tourisme fait se rencontrer des personnes qui appartiennent à des systèmes culturels différents et que séparent leurs langues et leurs us et coutumes. Aussi existe-t-il un fort besoin d'outils de communication simples, tels que les signaux et symboles. Le guide est l'aboutissement d'une enquête auprès des Administrations nationales du tourisme du monde entier. Il présente les concepts et la terminologie employés dans ce domaine, examine les marques déposées et les couleurs utiles pour assurer la sécurité, la protection et la tranquillité d'esprit des touristes et fournit plus de 290 symboles possibles. Cette publication est destinée à servir de source de connaissances et d'aide aux planificateurs, aux promoteurs, aux spécialistes du marketing et à tous ceux qui sont chargés de la communication dans les organismes et entreprises touristiques ou liés au tourisme.

Table des matières

- Expériences nationales dans le domaine des signaux et symboles touristiques
- Coopération internationale dans le domaine de la signalisation des lieux publics et touristiques
- Choix de signaux et symboles normalisés, recommandés et utilisés pour l'information du public et des visiteurs
- Symboles graphiques servant de logotypes dans le secteur du tourisme



2008 | € 85 each | 6 reports: € 320

ISBN Collection of 6 reports:
978-92-844-1300-3

Africa

ISBN English: 978-92-844-1291-4

ISBN French: 978-92-844-1292-1

Americas

ISBN English: 978-92-844-1293-8

ISBN Spanish: 978-92-844-1294-5

Asia

ISBN English: 978-92-844-1295-2

Europe

ISBN English: 978-92-844-1296-9

ISBN French: 978-92-844-1297-6

Middle East

ISBN English: 978-92-844-1298-3

Contents

- Main Features
- Quantitative Analysis of Tourism Results
 - Tourism Trends in the Region
 - Inbound Tourism
 - Outbound Tourism
 - Tourism Trends by Subregion
- Tourism Trends by Country, for all individual countries of the region with the following data available:
 - Country profile table with tourism and general indicators
 - Qualitative account of tourism development and outlook
 - Tables and graphs of international tourism by origin market

Each volume is complemented with an annex and tables on international tourist arrivals and international tourism receipts for all countries and territories in the world.

F *Tendances des marchés touristiques* est une série régulière de rapports de l'OMT présentant une analyse exhaustive des tendances les plus récentes du tourisme international dans le monde et dans ses différentes régions, sous-régions et pays. Cette série étudie l'évolution du tourisme à court et à moyen terme et examine les informations statistiques sur un ensemble d'indicateurs comprenant les arrivées de touristes internationaux, les recettes du tourisme international, les arrivées par région de provenance, par motif de la visite et par moyen de transport, le volume des voyages à l'étranger, les dépenses de tourisme international, etc..

La série complète se compose d'un volume fournissant une vue d'ensemble des tendances du tourisme dans le monde, *Aperçu sur le tourisme mondial et divers sujets d'actualité*, et d'un volume pour chacune des cinq régions du monde dont s'occupe l'OMT, mettant en lumière les tendances régionales et sous-régionales et présentant pour chaque pays un résumé des statistiques et une évaluation qualitative de l'année écoulée pour ce qui est des produits touristiques, de l'accès, des marchés, du marketing et des techniques de promotion, de la politique touristique, etc..

Il existe un volume de Tendances des marchés touristiques pour chacune des régions suivantes :

- Afrique
- Amériques
- Asie et Pacifique
- Europe
- Moyen-Orient

Table des matières

- Principales caractéristiques
- Analyse quantitative des résultats du tourisme
 - Tendances du tourisme dans la région
 - Tourisme récepteur
 - Tourisme émetteur
 - Tendances du tourisme par sous-région
- Tendances du tourisme par pays de la région, avec pour chacun (dans la mesure de la disponibilité des données):
 - un tableau descriptif avec les indicateurs du tourisme et les indicateurs généraux
 - un exposé qualitatif sur le développement et les perspectives du tourisme
 - des tableaux et des graphiques sur le tourisme international par marché d'origine

Annexé avec des tableaux sur les arrivées de touristes internationaux et les recettes du tourisme international pour tous les pays et territoires du monde.

E *Tourism Market Trends* is UNWTO's regular series of reports with a comprehensive and timely analysis of international tourism trends in the world and the various regions, subregions and countries. The series examines short- and medium-term tourism development and analyses statistical information on a set of indicators including international tourist arrivals, international tourism receipts, arrivals by region of origin, purpose of visit and means of transport, volume of trips abroad, international tourism expenditure, etc..

The full series consists of one volume providing an overview of the tourism trends in the world, *World Overview & Tourism Topics*, and five regional volumes highlighting the regional and subregional trends in each UNWTO region and presenting for each country a digest of statistical data as well as a qualitative evaluation of the past year with respect to tourism products, access, markets, marketing and promotion, tourism policy, etc..

Regional volumes of Tourism Markets Trends are available for:

- Africa
- Americas
- Asia and the Pacific
- Europe
- Middle East

S *Tendencias de los mercados turísticos* es una serie regular de informes de la OMT en los que se ofrece un análisis completo y actual de las tendencias del turismo internacional en el mundo y en las diversas regiones, subregiones y países. La serie examina el desarrollo del turismo a corto y a medio plazo y analiza información estadística sobre un conjunto de indicadores, entre los que figuran las llegadas de turistas internacionales, los ingresos por turismo internacional, las llegadas por región de origen, el motivo de la visita y el medio de transporte, el volumen de viajes al extranjero, el gasto en turismo internacional, etc..

La serie completa consiste en un volumen que presenta un panorama de las Tendencias del turismo en el mundo: *Panorama mundial y actualidad del turismo*, y cinco volúmenes regionales en los que se tratan las tendencias regionales y subregionales de cada región de la OMT y en los que se presenta por cada país un resumen de los datos estadísticos y una evaluación cualitativa del año finalizado con respecto a los productos turísticos, el acceso, los mercados, el marketing y la promoción, la política turística, etc..

Existen volúmenes regionales de las Tendencias de los mercados turísticos para:

- África
- Las Américas
- Asia y el Pacífico
- Europa
- Oriente Medio

Índice

- Principales características
- Análisis cuantitativo de los resultados turísticos
 - Tendencias turísticas de la región
 - Turismo receptor
 - Turismo emisor
 - Tendencias turísticas de cada subregión
- Tendencias turísticas de los países de la región de los que se dispone de datos:
 - Cuadro con el perfil del país e indicadores turísticos y generales
 - Recuento cualitativo del desarrollo turístico y panorama general
 - Cuadros y gráficos del turismo internacional por mercados de origen

Cada volumen se complementa con un anexo en el que figuran cuadros sobre llegadas de turistas internacionales e ingresos por turismo internacional para todos los países y territorios del mundo.

Structures and Budgets of National Tourism Organizations (2004–2005)

Estructura y presupuestos de las Organizaciones Nacionales de Turismo (2004–2005)
Structures et budgets des Organisations nationales du tourisme (2004–2005)



2006 | 168 p. | € 50

ISBN English: 978-92-844-1148-1
ISBN Spanish: 978-92-844-1222-8
ISBN French: 978-92-844-1225-9
ISBN Arabic: 978-92-844-1247-1
ISBN Russian: 978-92-844-1246-4

E This study is a reference tool on inbound tourism promotion. The report compiles and analyses comparable information on the budgets that NTOs allocate for the promotion of inbound tourism, as well as their structure, functions and forms of operation, for illustrating different forms of organization and possible action in the area of inbound tourism promotion. The first part is focused on the NTOs structure and functioning, including a benchmarking analysis. The second part presents an overall view of NTO budgets for around 50 countries, including data on overall and promotional budgets, budget allocation by source markets, products and promotional instruments, among others. The report includes case studies from twelve countries covering important aspects of their NTOs structure and organization.

Contents

- The integration of NTOs in the national tourism structure and the relationship between NTOs and NTAs
- The relationship of NTOs with regional and local tourism boards and the private sector
- NTOs legal status, mission statements and objectives
- International destination marketing by regional and local tourism boards

S Ésta es una herramienta para la promoción del turismo receptor internacional. El informe analiza información comparable sobre los presupuestos que destinan las ONT a la promoción del turismo receptor internacional así como sobre su estructura, funciones y formas de trabajo, ilustrando diferentes modos de organizar una ONT y de actuar en la esfera de la promoción del turismo receptor internacional. La primera parte se centra en la estructura y el funcionamiento de las ONT e incluye un análisis comparativo. La segunda presenta un panorama global del presupuesto de las ONT de alrededor de 50 países, donde se incluyen, entre otros, datos sobre presupuestos generales y promocionales, fuentes de financiación y asignación de presupuestos por mercados emisores, productos e instrumentos de promoción. El informe contiene estudios de casos de 12 países, enfocados en los aspectos de la estructura y organización de las ONT.

Índice

- La integración de las ONT en la estructura del turismo nacional y la relación entre las ONT y las ANT
- La relación de las ONT con las oficinas de turismo regionales y locales y con el sector privado
- La situación jurídica de las ONT, declaraciones de intenciones y objetivos
- El marketing de destinos internacionales por oficinas de turismo regionales y locales

F *Structures et budgets des Organisations nationales de tourisme* est un ouvrage de référence, permettant des évaluations comparatives, en matière de promotion du tourisme récepteur international. Il rassemble et analyse des informations à jour et comparables sur les budgets que les ONT affectent à la promotion de ce tourisme, ainsi que sur leur structure, leurs fonctions et leurs modes d'intervention afin d'en montrer la variété.

La première partie de cet ouvrage est axée sur la structure et le fonctionnement des ONT et elle comprend une comparaison des performances. La deuxième partie présente une vue d'ensemble des budgets des ONT d'une cinquantaine de pays en indiquant, entre autres, le budget global, le budget de promotion, les sources de financement et la ventilation du budget par marché émetteur, par produit et par instrument de promotion.

Table des matières

- L'intégration des ONT dans la structure touristique nationale et les relations entre les ONT et les ANT
- Les relations des ONT avec les conseils régionaux et locaux du tourisme et avec le secteur privé
- Le statut juridique, l'énoncé de mission et les objectifs des ONT
- Le marketing international des destinations par les conseils régionaux et locaux du tourisme

Evaluating NTO Marketing Activities

Evaluación de las actividades promocionales de las ONT | Évaluation des activités promotionnelles des ONT



2003 | 172 p. | € 40

ISBN English: 978-92-844-0636-4
ISBN Spanish: 978-92-844-0638-8
ISBN French: 978-92-844-0637-1

E *Evaluating NTO Marketing Activities* examines the ways in which tourism destinations and NTOs evaluate the effectiveness of their promotional activities. The study has taken into account the extensive analysis of the research carried out on the subject. Based on the results of a survey into current evaluation practices among NTOs, the study compares different evaluation methodologies in terms of best practices. As a result, a guide for the evaluation of the marketing activities of NTOs is developed setting out a number of practical steps.

Contents

- Objectives of the study
- Marketing Evaluation Theories
 - Key issues
 - Behavioural Measurement
 - Communication Measurement
 - Activity Measurement
 - Discrete Activity Evaluation
- Analysis of current NTO marketing evaluation
 - Objectives
 - Methodology
 - Response Rates
 - Evaluation Typologies
 - Tourism Statistics
 - Marketing Activities
 - Marketing Budgets
 - Evaluation Practices
 - Performance Indicators
 - Stakeholder Analysis
 - A practical guide to marketing evaluation
 - Questionnaire to NTOs

S *Evaluación de las actividades promocionales de las ONT* examina cómo los destinos turísticos y las ONT evalúan la eficacia de sus actividades de promoción. El estudio ha tenido en cuenta los numerosos análisis de la investigación llevada a cabo sobre el tema. A partir de los resultados de una encuesta sobre las prácticas actuales de evaluación efectuadas entre las ONT, el estudio compara diferentes metodologías evaluadoras en términos de prácticas idóneas. El resultado es una guía para la evaluación de las actividades promocionales de las ONT que propone una serie de pasos de gran utilidad.

Índice

- Objetivos del estudio
- Teoría de la evaluación del marketing;
 - Cuestiones esenciales; Evaluación de los comportamientos, de las comunicaciones, de las actividades y de actividades discretas
- Análisis de la evaluación del marketing de las ONT en la actualidad; Objetivos; Metodología; Porcentaje de respuestas; Tipologías de la evaluación; Estadísticas de turismo; Actividades de marketing; Presupuestos de marketing; Prácticas de evaluación; Indicadores de resultados; Análisis de grupos interesados
- Guía práctica: Evaluación del marketing
- Cuestionarios para las ONT

F *Évaluation des activités promotionnelles des ONT* – Directives pour l'évaluation qui examine les façons dont les destinations touristiques et les ONT évaluent l'efficacité de leurs activités promotionnelles. L'étude a pris en considération l'analyse étendue de la recherche effectuée sur le sujet. En se fondant sur les résultats d'une étude dans les pratiques d'évaluation au sein des ONT, l'étude compare différentes méthodologies d'évaluation en termes de meilleures pratiques. Par conséquent, un guide pour l'évaluation des activités promotionnelles des ONT est développé en définissant un certain nombre d'étapes pratiques.

Table des matières

- Objectifs de l'étude
- Théorie de l'évaluation du marketing; Problèmes essentiels; Évaluation du comportement, de la communication et des activités
- Analyse de l'évaluation actuelle du marketing des ONT; Objectifs; Méthode; Taux de réponse; Types d'évaluation; Statistiques du tourisme; Activités de marketing; Budgets de marketing; Pratiques d'évaluation; Indicateurs de performance; Analyse des partenaires des ONT
- Guide pratique d'évaluation
- Questionnaire destiné aux ONT



2003 | 216 p. | € 30

ISBN English: 978-92-844-0610-4

ISBN Spanish: 978-92-844-0604-3

ISBN French: 978-92-844-0611-1

E During the last decades, the cruise industry has been the tourism subsector with the highest growth rate. UNWTO prepared this report with the aim of analysing the influences of this sector more profoundly. It examines the activities of sea cruises and pays special attention to the US and Canadian markets as they reflect two thirds of the world market share. In eight chapters, the study analyses topics such as the current demand for cruises, the specialities of the cruise product, the financial aspect and the sustainability of the marine environment. It also offers a chapter on medium term macro-trends and discusses the opportunities arising.

Contents

- The demand: Cruise passengers
 - Quality: Socio-demographic profile of cruise passengers
 - Examples of niche markets
 - Supply and demand
- A study of the supply: Business structure
 - Main Cruise Line Associations
 - Cruise classification
 - Main Groups
- The product: Cruise packages
 - Cruise package cost
 - Main regions of operation and destination
- The interaction between the cruise and its environment
 - Financial implications of cruises on their destination
 - Effects on marine life: Sustainability
 - Safety aspects for cruise passengers
 - Medium-term trends

S En los últimos decenios, los cruceros han sido el subsector del turismo mayor crecimiento. La OMT ha preparado este informe con el fin de analizar con más detenimiento las influencias del sector. En él se estudian las actividades de los cruceros marítimos y se presta especial atención a los mercados estadounidense y canadiense, representando dos tercios del mercado mundial. En ocho capítulos, el informe analiza temas como la demanda actual de cruceros, las peculiaridades del producto del crucero, sus aspectos financieros o la sostenibilidad del entorno marino. También estudia las macro-tendencias a medio plazo y las oportunidades que surgen en el sector.

Índice

- Estudio de la demanda: Los cruceristas; Aspectos cuantitativos y cualitativos: Perfil sociodemográfico; Casos de nichos de mercado; Relación oferta-demanda
- Estudio de la oferta: Estructura empresarial; Principales asociaciones de navieras y su clasificación; Principales grupos
- Los paquetes de cruceros; Precio de los paquetes; Principales zonas de operación y destinos
- Interacción del crucero con su entorno; Efecto económico de los cruceros en el destino; Efectos sobre el medio marino: Sostenibilidad; Aspectos de seguridad para cruceristas
- Tendencias a medio plazo

F Depuis une dizaine d'années, les croisières sont le sous-secteur du tourisme au taux de croissance le plus élevé. Cette étude, que l'OMT a préparée afin d'en analyser plus à fond l'influence, porte sur les croisières maritimes et, tout spécialement, sur les marchés des États-Unis et du Canada qui représentent les deux tiers du marché mondial. Elle se compose de huit chapitres traitant de sujets comme la demande actuelle de croisières, la diversification du produit, les aspects financiers, la durabilité du milieu marin, ainsi que les macro-tendances de ce sous-secteur à moyen terme et les nouvelles possibilités qui s'offrent à lui.

Table des matières

- Étude de la demande: les croisiéristes; Aspects qualitatifs: profil sociodémographique; Créneaux particuliers; Analyse du rapport entre l'offre et la demande
- Étude de l'offre: structure des entreprises; Principales associations de compagnies de navigation; Classification des croisières; Principaux groupes
- Le produit: les forfaits croisière; Prix des forfaits croisière; Principales zones d'activité et destinations
- Interaction du paquebot avec son environnement; Retombées économiques des croisières dans les destinations; Effets sur le milieu marin: développement durable; Sécurité des croisiéristes
- Tendances à moyen terme

Cruise Tourism – Current Situation and Trends

Turismo de Cruceros – Situación actual y tendencias | Le tourisme de croisières – Situation actuelle et tendances



2008 | 284 p. | € 80

ISBN Spanish: 978-92-844-1240-2

E Over the past twenty years, worldwide demand for cruise tourism has posted some of the biggest gains within the tourism sector. The constant dynamism in cruise activity, as well as the increasing number of countries that include cruises, as a key product for their tourism development, has led to update and expand the first edition of the UNWTO study of 2003. This new study discusses subjects like the current supply and demand for cruises, as well as its characteristics and trends. A new element includes the relationship between destinations and cruise lines, analysing key factors such as legislation, promotion and the economic impact of cruises through reference cases. It presents current trends in this industry in terms of innovation, safety and security, sustainability and identifies the major lines that will shape the sector.

Contents

- The product
 - Supply-side study: business structure
 - Principal cruise-line associations and classification of cruise lines
 - Demand-side study: cruisers
 - World demand: quantitative aspects
- Commercialization
 - Cruise ships and destinations: partners or competitors?
 - The future of tourist cruises
 - Maritime terminology and reference tourism concepts

S En los últimos veinte años la demanda mundial de cruceros turísticos ha registrado uno de los mayores crecimientos del sector. El constante dinamismo en la actividad de los cruceros, así como el cada vez mayor número de países que los incluye como un producto clave para su desarrollo turístico, llevó a la OMT a actualizar y ampliar el primer estudio de 2003. Este nuevo estudio aborda temas como la oferta y la demanda actual de cruceros o las características y tendencias. Un elemento novedoso son las relaciones entre los destinos y las navieras, donde se analizan factores clave como la legislación, la promoción y el impacto económico de los cruceros a través de casos de referencia. El estudio también presenta las tendencias actuales en innovación, seguridad o sostenibilidad y define las grandes líneas que moldearán el sector.

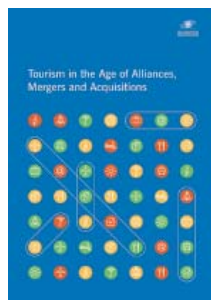
Índice

- El producto
 - Estudio de la oferta: estructura empresarial
 - Principales asociaciones de navieras y su clasificación
 - Estudio de la demanda: los cruceristas
 - Aspectos cuantitativos y cualitativos
- Comercialización
 - Cruceros y destinos: ¿socios o competidores?
 - El futuro de los cruceros turísticos
 - Terminología marítima y referencias

F Ces dernières années, la demande mondiale de croisières touristiques a enregistré une des croissances les plus fortes du secteur du tourisme. Ce dynamisme permanent qui caractérise l'activité des compagnies de croisières et le nombre toujours plus important de pays considérant les croisières comme produit essentiel à leur mise en valeur touristique ont amené l'OMT à mettre à jour et à augmenter la première édition de l'étude sur les croisières touristiques parue en 2003. Cette nouvelle étude aborde des thèmes comme l'offre et la demande actuelles de croisières ou les caractéristiques, les tendances et la commercialisation de ce produit.

Table des matières

- Le produit
 - L'étude de l'offre: structure des entreprises
 - Les principales associations de compagnies de navigation
 - L'étude de la demande: les croisiéristes
 - aspects quantitatifs
- La commercialisation
 - Les compagnies de croisières et les destinations: associées ou concurrentes?
 - L'avenir des croisières touristiques
 - La terminologie maritime et ses références



2002 | 135 p. | € 35

ISBN English: 978-92-844-0514-5
ISBN Spanish: 978-92-844-0523-7
ISBN French: 978-92-844-0491-9
ISBN Russian: 978-92-844-0618-0

E In today's globalized market, the phenomenon of consolidation is illustrated in the increasing tendency of players to use mergers, acquisitions and alliances to better position themselves in the global marketplace and respond to economic, technological and regulatory demands. The resulting structural changes in the tourism and travel industry are forcing tourism-based businesses to alter their practices and encouraging the emergence of non-traditional players. By examining the effects of consolidation and current worldwide trends in the airline industry, distribution network and hotel industry, this publication provides an overview of what we can expect in the next few years, both in these sectors and for tourism destinations. It invites all tourism-based businesses, particularly destinations, to seize the opportunities and minimize the risks of the consolidation phenomenon.

Contents

- Introduction relating to the events of 11 September 2001
- An overview of the consolidation phenomenon and analysis of the three sectors
 - Tourism and the trend towards consolidation
 - The effects of consolidation
 - Impacts of alliances in the airline industry, of associations in the distribution network and of consolidation in the hotel industry
 - Opportunities presented by consolidation

S En el mercado globalizado, el fenómeno de la concentración empresarial se traduce en una tendencia creciente a recurrir a fusiones, adquisiciones y alianzas para posicionarse mejor en el mercado mundial y responder con mayor eficacia a las exigencias económicas, tecnológicas y normativas. Los cambios estructurales resultantes en el turismo obligan a las empresas del sector a modificar sus prácticas y fomentan la entrada en escena de nuevos actores. Examinando los efectos de la concentración y las tendencias mundiales del sector aéreo, la red de distribución y la hostelería, esta publicación ofrece un resumen de lo que cabe esperar en los próximos años, tanto en los sectores mencionados como en los destinos turísticos, e invita a todas las empresas turísticas, y especialmente a los destinos, a aprovechar las oportunidades y a reducir al mínimo los riesgos del fenómeno de la concentración empresarial.

Índice

- Comentarios introductorios sobre los sucesos del 11 de septiembre de 2001
- Panorámica del fenómeno de concentración y análisis de los tres sectores; El turismo y la tendencia a la concentración
- Los efectos de la concentración; Incidencia de las alianzas en el sector aéreo, de las asociaciones en la red de distribución y de la concentración en la hostelería
- Oportunidades que ofrece la concentración.

F Dans le contexte de la mondialisation du marché, le phénomène de concentration se traduit par la tendance croissante des acteurs de la vie économique à recourir aux alliances, aux fusions et aux acquisitions pour mieux se positionner et pour répondre aux exigences de l'économie, de la technologie et de la réglementation. Les changements structurels qui en découlent dans le secteur du tourisme forcent les entreprises vivant de cette activité à modifier leurs pratiques et ils favorisent l'apparition d'acteurs non traditionnels. En examinant les effets de la concentration et les tendances mondiales du secteur du transport aérien, des réseaux de distribution, du secteur du tourisme en ligne et du secteur de l'hébergement, cette publication offre une vue d'ensemble de ce qui est prévisible au cours des toutes prochaines années en ce qui concerne tant ces secteurs que les destinations touristiques.

Table des matières

- Commentaires liminaires à la suite des événements du 11 septembre 2001
- Le phénomène de la concentration dans l'industrie touristique
 - Le secteur du tourisme en ligne
- Les effets de la concentration
 - Les conséquences des alliances dans le transport aérien, des regroupements dans le réseau de distribution et de la concentration dans l'industrie hôtelière
- Les chances de la concentration

City Tourism & Culture – The European Experience

El turismo urbano y la cultura – La experiencia europea | Le tourisme urbain et la culture – L'expérience européenne



2005 | 136 p. | € 25

ISBN English: 978-92-844-0779-8
ISBN Spanish: 978-92-844-0915-0
ISBN French: 978-92-844-0916-7
ISBN Russian: 978-92-844-1151-1

E The purpose of this study, as stated in the Invitation to Tender, is to increase the knowledge on cultural city trips for the members of ETC (the National Tourist Organizations in 33 European countries), for individual European cities/tourist offices, and for the UNWTO members. The main objective of the study is to create a conceptual framework with a structural approach that can be broadly used in practical marketing, especially communication, and product development. In addition to this, the study consists of an inventory and analysis of available quantitative data on city tourism and culture and a qualitative survey of the supply side.

Contents

- Congestion at Natural and Cultural Sites
- Quantitative Data about City Tourism and Culture
- Cultural City Tourism: A Growing Market
- The Marketing of City Tourism and Culture
- Cooperation and City Cultural Tourism
- Opportunities for City Cultural Tourism

S El propósito de este estudio, como se explicaba en la convocatoria de licitaciones, es lograr que los miembros de la CET (las organizaciones nacionales de turismo de 33 países europeos), las ciudades y oficinas de turismo europeas y los miembros de la OMT conozcan mejor el sector de los viajes culturales a ciudades. El principal objetivo es crear un marco conceptual con un planteamiento estructural que pueda utilizarse de forma generalizada en actividades concretas de marketing, especialmente en cuestión de comunicación y desarrollo de productos. Además, el estudio contiene un inventario y un análisis de los datos cuantitativos disponibles sobre el turismo urbano y cultural y un repaso cualitativo de la oferta.

Índice

- La congestión en los sitios de interés natural y cultural
- Datos cuantitativos sobre el turismo urbano y la cultura
- El turismo cultural de ciudades: un mercado creciente
- El marketing del turismo urbano y la cultura
- La cooperación y el turismo cultural de ciudades
- Las oportunidades del turismo cultural de ciudades

F Comme le stipulait l'appel d'offres, cette étude a pour objet de faire mieux connaître les voyages culturels dans les villes aux membres de la Commission européenne du tourisme (CET), qui rassemble les organisations nationales du tourisme de 33 pays européens, aux diverses villes européennes et à leurs syndicats d'initiative, ainsi qu'aux membres de l'OMT. Son but principal est de créer un cadre conceptuel avec une démarche structurée d'une utilité générale dans la pratique tant du marketing et surtout de la communication que du développement des produits. En outre, cette étude dresse l'inventaire des données quantitatives disponibles sur le tourisme urbain et la culture, elle en fait l'analyse, puis elle examine l'offre sous l'angle qualitatif.

Table des matières

- Saturation des sites naturels et culturels
- Données quantitatives sur le tourisme urbain et la culture
- Le tourisme urbain culturel, marché en expansion
- Le marketing du tourisme urbain et de la culture
- La coopération et le tourisme urbain culturel
- Les perspectives du tourisme urbain culturel



2003 | 128 p. | € 25

ISBN English: 978-92-844-0624-1

E The objectives of this report are to analyse characteristics, behaviours and motivations of potential and current tourists to the Middle East and North African (MENA) countries. The publication was prepared on basis of an extensive desk research which was combined in the second phase with a travel trade survey, among them over 30 tour operators and hotel managers and a visitor survey of potential and actual visitors of the region. Among the issue tackled are: Attitudes towards travel, leisure and holidays, type of holidays, key motivations, typical activities and perceived barriers to visit the region.

Contents

- Tourism in the Middle East and North Africa region
 - Reasons for travel to the MENA region
 - Trends in tourism to the MENA region
 - Preliminary results 2001
 - Short-term prospects
- Visitor profiles overview
 - The surveys of current and potential visitors
 - Current visitor characteristics and habits
 - Potential visitor characteristics and habits
 - Visitor profiles by country
 - Questionnaire

S Los objetivos de este informe eran el análisis de las características, los comportamientos y las motivaciones de los turistas que viajan o podrían viajar a los países de Oriente Medio y el Norte de África. El informe se preparó partiendo de una amplia investigación de despacho que se combinó con una encuesta entre empresas turísticas, a la que respondieron más de 30 tour operadores y gerentes de hoteles, y otra encuesta entre turistas que visitan o podrían visitar la región. Entre los temas abordados figuran: las actitudes frente a los viajes, el ocio y las vacaciones, los tipos de vacaciones, las motivaciones principales, las actividades típicas y los obstáculos que el público percibe para visitar la región.

Índice

- El turismo en la región de Oriente Medio y el Norte de África
 - Razones para viajar a la región
 - Tendencias del turismo hacia la región
 - Resultados preliminares de 2001
 - Perspectivas a corto plazo
- Visión general del perfil de los visitantes
 - Estudios sobre visitantes actuales y potenciales
 - Características y hábitos de los visitantes actuales
 - Características y hábitos de los visitantes potenciales
- Perfil de los visitantes por país
- Encuestas

F Ce rapport a pour objectif d'analyser les caractéristiques, le comportement et les motifs de voyage des touristes actuels et éventuels avec pour destinations les pays du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord. Il a été préparé à partir d'une étude approfondie sur documents que sont venues compléter en une deuxième phase une enquête auprès des professionnels du voyage, dont plus d'une trentaine de voyageurs et de gérants d'hôtel, et une enquête auprès des visiteurs réels et potentiels de la région. Parmi les questions traitées figurent la conception du voyage, des loisirs et des congés, les types de vacances, les motifs essentiels de voyage, les activités caractéristiques et les obstacles subjectifs à la visite de la région.

Table des matières

- Le tourisme dans la région Moyen-Orient et Afrique du Nord
 - Raisons de se rendre dans la région
 - Tendances du tourisme à destination de la région
 - Résultats préliminaires de 2001
 - Perspectives à court terme
- Vue d'ensemble des profils des visiteurs
 - Enquêtes auprès des visiteurs actuels et éventuels
 - Caractéristiques et habitudes des visiteurs actuels et des visiteurs éventuels
- Profils des visiteurs par pays
- Enquêtes

Evaluating and Improving Websites – The Destination Web Watch

Evaluación y optimización de sitios web – El servicio "Destination Web Watch"

Évaluation et amélioration des sites web – Le Système de veille électronique des sites des destinations



2005 | 56 p. | € 30

ISBN English: 978-92-844-0917-4

ISBN Spanish: 978-92-844-0919-8

ISBN French: 978-92-844-0918-1

E In recent years, investment by Destination Management Organizations (DMOs) in websites has increased substantially. Online marketing activities make up an important part of the operational programs of many DMOs, local, regional and national. The International Federation for IT and Travel and Tourism (IFITT), and the UNWTO have agreed to jointly establish a scheme to help DMOs evaluate and benchmark the quality and effectiveness of their web activities and their return on investment. This report is an introduction to the scheme, which is called the UNWTO/IFITT Destination Web Watch.

Contents

- Defining Success – Quality Criteria and Critical Success Factors for Destination Websites; Successful Service Concept
- Evaluating Success – Methods of Analysis and Evaluation; Best Practice-Based Evaluations and Measurements; Online Surveys; Web Analytics – Tracking and Tracing User Behaviour;
- Online Experiments; Laboratory Testing
- Destination Web Watch Audit; Evaluation; Newsletter Audit; Online Surveys; Laboratory Testing; Research, Analysis and Action Plans; Destination Web Watch Site
- Recommended Action for DMOs

S En los últimos años han aumentado notablemente las inversiones realizadas por las organizaciones de gestión de destinos (OGD) en sitios web. Las actividades de marketing a través de internet constituyen una parte importante de los programas operacionales de muchas OGD locales, regionales y nacionales. La Federación Internacional de Tecnologías de la Información y Turismo (IFITT) y la OMT han acordado establecer conjuntamente un plan para ayudar a las OGD en la evaluación y el análisis comparativo de la calidad y eficacia de sus actividades en internet y de la rentabilidad de sus inversiones. Este informe es una introducción al citado plan, denominado Destination Web Watch de la OMT y de la IFITT.

Índice

- Definición de éxito – Criterios de calidad y factores de éxito esenciales para sitios web de destinos
 - Concepto de servicio satisfactorio
- Evaluación del éxito – Métodos de análisis y evaluación
- Destination Web Watch:
 - Auditoria
 - Evaluación
 - Auditoria de boletín
 - Encuestas en línea
 - Ensayos de laboratorio
 - Investigación, análisis y planes de acción
- Actuación recomendada para las OGD

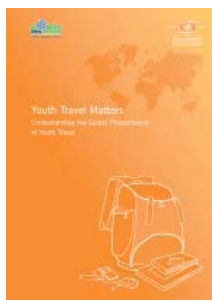
F Ces dernières années, les investissements des organisations de gestion des destinations (OGD) dans leurs sites web ont considérablement augmenté. Les activités de marketing en ligne représentent aujourd'hui une part importante des programmes opérationnels de nombreuses OGD, qu'elles soient locales, régionales ou nationales. La Fédération internationale de la technologie informatique et des voyages (IFITT) et l'OMT sont convenues de mettre conjointement sur pied un dispositif permettant d'aider les OGD à évaluer et comparer la qualité et l'efficacité de leurs activités sur Internet, ainsi que le rendement de leurs investissements dans ce domaine.

Table des matières

- Définition des critères permettant de juger du succès et de la qualité des sites web des destinations
 - Le respect de la notion de service
- Niveau de réussite – Méthodes d'analyse et d'évaluation
- Évaluations et mesures basées sur les meilleures pratiques
- Analyse des comportements sur Internet recherche et détermination du comportement de l'utilisateur
 - Expériences en ligne
- La veille électronique des sites web des destinations
- Système d'audit et de veille des sites web des destinations

Youth Travel Matters – Understanding the Global Phenomenon of Youth Travel

Cuestiones del turismo juvenil – Comprendre el fenómeno mundial del turismo de jóvenes
Les questions relatives aux voyages des jeunes – Comprendre le phénomène mondial des voyages des jeunes



2008 | 118 p. | € 40

ISBN English: 978-92-844-1239-6

E This publication offers a global overview of the youth and student travel industry revealing the latest trends in youth travel destinations, products and innovations. Developed by the UNWTO and the World Youth Student & Educational Travel Confederation it shows that the motivations of young travellers make this market extremely important to the key objectives of the global tourism agenda and that the personal social and economic value of youth, student and educational travel is being recognised by educational institutions, employers, official tourism organisations and governments worldwide. This report explains the segment's uniqueness and its wish to explore and engage with cultures. It focuses on the special mix of their travel ambitions with study, work, volunteer placements and adventure.

Contents

- Youth Travel
- Profile of the Young Independent Traveller
- Government Policy on Youth Travel
- Impact of Extended Travel Experiences on the Values of Youth Travellers
- Profile of the Global Youth Accommodation Industry
- International Work Experience Programmes for Youth
- Global Directions in Language Travel
- The Future of Youth Travel

S Esta publicación ofrece un panorama general del sector de los viajes de jóvenes, revelando las últimas tendencias en destinos, productos e innovaciones. El informe, elaborado por la OMT y la World Youth, Student & Educational Travel Confederation (WYSE), demuestra que los motivos de los viajeros jóvenes hacen sumamente importante este mercado para los objetivos esenciales de la agenda del turismo mundial, y que el valor personal, social y económico de los viajes juveniles, estudiantiles y educativos es cada vez más reconocido por las instituciones docentes, los empleadores, las organizaciones oficiales de turismo y los gobiernos. El informe explica el carácter único de este segmento, por su deseo de explorar y de relacionarse con otras culturas. Se centra en la peculiar combinación de su deseo de viajar con el estudio, el trabajo, el voluntariado y la aventura.

Índice

- El turismo juvenil; El perfil del joven viajero independiente; Política de los gobiernos respecto de los viajes de los jóvenes; Influencia de la ampliación de las experiencias de viaje en los valores de los jóvenes viajeros; Perfil del sector mundial del alojamiento de jóvenes; Programas internacionales de experiencia de trabajo para los jóvenes; Orientaciones mundiales de los viajes lingüísticos; El futuro del turismo de jóvenes

F Cette publication offre une vue d'ensemble du sous-secteur des voyages des jeunes et des étudiants en indiquant les dernières tendances pour ce qui est des destinations, des produits et des innovations. Cette étude de l'OMT et de la World Youth Student & Educational Travel Confederation (WYSE), montre que les motifs de voyage propres aux jeunes font que ce marché est d'une extrême importance pour atteindre les objectifs essentiels du tourisme mondial et que les établissements d'enseignement, les employeurs, les organisations officielles de tourisme et les gouvernements du monde entier reconnaissent de plus en plus la valeur sociale et économique des voyages des étudiants et autres jeunes. L'étude éclaire le caractère unique de ce segment de marché et se concentre sur les diverses ambitions particulières à ces voyageurs : études, travail, bénévolat et aventure.

Table des matières

- Les voyages des jeunes; Le profil du jeune voyageur indépendant; La politique des gouvernements en matière de voyages des jeunes; Les effets de longues expériences de voyage sur les valeurs des jeunes voyageurs; L'activité mondiale d'hébergement des jeunes; Les programmes d'expérience de travail à l'étranger; Les axes mondiaux des séjours linguistiques; L'avenir des voyages des jeunes

Handbook on Tourism Market Segmentation – Maximising Market Segmentation

Manual de segmentación del mercado turístico – Maximizar la eficacia del marketing
Manuel de segmentation du marché touristique – Maximiser l'efficacité du marketing



2007 | 136 p. | € 45

ISBN English: 978-92-844-1207-5

Market segmentation is crucial for National Tourism Organizations (NTO) and Destination Marketing Organizations (DMO) in making sure that their resources are used in the most effective way. This new UNWTO/ETC manual, aimed ultimately at helping destinations improving their marketing effectiveness, is divided into four distinct sections. The first sets out the theory and rationale for segmentation. Other areas look at the current methods and practices, detailing some of the main methodologies; at practical steps to introducing or developing further segmentation-based marketing activities, and finally at best practices in the area of tourism market segmentation, including the analyses of a number of case studies.

Contents

- Segmentation Explained
- Current NTO Segmentation Practices
- Segmentation Methodologies in Action
- Practical Guide to Segmentation
- Conclusions and Recommendations

S La segmentación del mercado es crucial para las ONT y las organizaciones de marketing de destinos (OMD) a fin de garantizar que sus recursos se empleen de la mejor forma. El nuevo manual OMT/CET, destinado a ayudar a los destinos a mejorar la eficacia de sus actividades de marketing, se divide en cuatro secciones. La primera expone la teoría y las razones que explican la segmentación. Las otras secciones examinan los métodos y prácticas actuales y los pormenores de las principales metodologías, los pasos concretos para introducir o desarrollar nuevas actividades de marketing y las prácticas recomendadas en el ámbito de la segmentación del mercado turístico, con un análisis de varios casos prácticos.

Índice

- La segmentación explicada
- Prácticas actuales de segmentación de las ONT
- Las metodologías de la segmentación en la práctica
- Guía práctica de la segmentación
- Conclusiones y recomendaciones

F La segmentation du marché est fondamentale pour que les organisations nationales du tourisme (ONT) et les organismes de marketing des destinations (OMD) puissent être sûrs d'utiliser leurs ressources avec le maximum d'efficacité. Ce nouveau manuel de l'OMT et de la CET, qui vise en fin de compte à aider les destinations à améliorer les résultats de leur marketing, se divise en quatre sections. La première expose la théorie et la raison d'être de la segmentation. Les trois autres traitent les méthodes et pratiques actuelles en précisant les principales méthodes; les étapes pratiques à franchir pour mettre en route des activités de marketing reposant sur la segmentation, et, en dernier lieu, les meilleures pratiques en matière de segmentation du marché touristique, avec l'analyse de plusieurs études de cas.

Table des matières

- La segmentation expliquée
- Les pratiques actuelles de segmentation des ONT
- L'application des méthodes de segmentation
- Guide pratique de segmentation
- Conclusions et recommandations



2008 | 100 p. | € 45

ISBN English: 978-92-844-1238-9

Includes a CD where methodologies are further explained!

E Tourism demand is a complex phenomenon which can be affected by an incredible number of different exogenous factors – economy, fuel prices, infrastructure, natural disasters, the image of a destination, etc.. Because of all of these and many other factors, tourism demand, in all of its different forms, is one of the most difficult variables to foresee. Nonetheless, it is more and more important for destinations and private sector alike to anticipate demand trends and use such knowledge as a basis of management decisions and planning. The ETC/UNWTO *Handbook on Tourism Forecasting Methodologies* aims to be a simple guide to the complex world of tourism forecasting. It presents the basic forecasting techniques, their advantages and disadvantages as well as some practical examples of such methodologies in action. It also includes a CD where the forecasting methodologies are further explained and exemplified in an excel file.

Contents

- What Is Tourism Forecasting and How to Do It?; What Is Forecasting?; What to Forecast?; Quantitative versus Qualitative Forecasting
- Basic Descriptions of Forecasting Methods; Comparing the Performance of Different Methods
- Choosing a Forecasting Methodology
- Case Studies

S La demanda turística es compleja y puede resultar afectada por una variedad de factores exógenos distintos: la economía, los precios del combustible, las infraestructuras, los desastres naturales, la imagen de un destino, etc. Por eso la demanda turística, en sus diversas formas, es una de las variables más difíciles de predecir. No obstante, para los destinos y también para el sector privado, cada vez es más importante anticiparse a las tendencias de la demanda y utilizar esos conocimientos como fundamento de las decisiones y planes de gestión.

El *Manual de metodologías de previsión del turismo* de la CET y la OMT es una guía sencilla sobre la complejidad de la previsión turística. Presenta las técnicas de previsión básicas, sus ventajas y desventajas, así como varios ejemplos prácticos. También incluye un CD donde se profundizan las metodologías de previsión y se dan ejemplos en Excel.

Índice

- ¿Qué es la previsión del turismo y cómo se lleva a cabo?; ¿Qué es la previsión?
- ¿Qué hay que prever?; Previsión cuantitativa frente a previsión cualitativa
- Descripciones básicas de métodos de previsión – Comparación de resultados de los diferentes métodos
- Elección de una metodología de previsión

F La demande touristique est un phénomène complexe qui peut être affecté par un nombre infini de facteurs exogènes – économie, prix des carburants, infrastructures, niveau des prix, catastrophes naturelles, image de la destination, etc.. Compte tenu de ces facteurs, la demande touristique est l'une des variables les plus difficiles à prévoir. Néanmoins, il est de plus en plus important pour les responsables des destinations touristiques comme pour le secteur privé d'anticiper la demande touristique et de s'appuyer sur cette connaissance dans le processus de décisions de gestion et de planification.

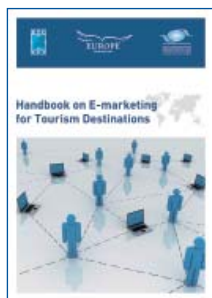
Le *Manuel des méthodes de prévisions touristiques* CET/OMT sert de guide simple dans le monde complexe des prévisions. Il présente les techniques fondamentales de prévision et comprend un CD expliquant en détail ces méthodes de prévision, en les illustrant d'exemples présentés dans un fichier Excel.

Table des matières

- Définition et établissement des prévisions touristiques; Définition; Objet; Méthodes quantitatives et méthodes qualitatives de prévision
- Description sommaire des méthodes de prévision – Comparaison des résultats des différentes méthodes
- Choisir une méthode de prévision
- Études de cas

Handbook on E-marketing for Tourism Destinations

Manual de marketing electrónico para destinos turísticos | Manuel de cybermarketing pour les destinations touristiques



2008 | 302 p. | € 75

ISBN English: 978-92-844-1276-1

E This ETC/UNWTO publication is the first comprehensive e-marketing handbook for tourism destinations. The all-new publication is a practical 'how-to'-manual for tourism destination staff at national, regional and city tourism organisations, designed to help improve e-marketing skills and manage new projects. The book covers all the basics including web-design, search engine optimisation, e-mail marketing, and e-commerce. It has advice on how to build better content, get distribution of it, use CRM, succeed with online PR, support the travel trade on-territory, and get into mobile marketing. Web analytics, online research methods, and performance measurement get full treatment, and new areas such as digital television are also covered. It also includes over 30 examples of e-marketing in action.

Contents

- How to Build and Manage Content
- Social Networking and User-generated Content
- Make a Winning Website
- Search Engine Optimisation (SEO)
- How to Acquire and Develop Customers
- Branding
- E-commerce for Destinations
- Interactive TV, Video, Internet and Gaming
- Mobile Marketing
- Online Destination Media Relations
- E-marketing with the Destination's Tourism Suppliers
- Measuring Success
- Web Analytics – Boost Your Online Impact

S Este manual de la CET y la OMT es el primer manual de estas características con más de 30 ejemplos. Fue elaborado para el personal de los destinos turísticos que trabaja en organismos nacionales, regionales y municipales e ideada para mejorar las técnicas de marketing electrónico y gestionar nuevos proyectos. El libro cubre todos los aspectos básicos, como son el diseño de páginas web, el marketing por e-mail, las redes de contactos sociales y el comercio electrónico. Entre otros proporciona consejos sobre cómo estructurar los contenidos, utilizar la gestión de las relaciones con clientes online, apoyar a las empresas de viajes e iniciarse en el marketing móvil. La analítica de la web, los métodos de estudio por internet y la evaluación de los resultados se profundizan.

Índice

- Cómo estructurar y gestionar contenidos
- Redes de contactos sociales y contenidos generados por los usuarios
- Una web de ganadores
- Optimización de motores de búsqueda
- Comercio electrónico para los destinos
- Marketing móvil; Televisión interactiva, video, internet y juegos; Relaciones mediáticas en línea de los destinos
- Apoyo a las empresas de viajes en los mercados emisores
- Evaluar el éxito; Analítica de la web: impulsar el impacto en línea con una optimización de los datos

F Premier manuel de marketing électronique élaboré pour les destinations touristiques, cette publication est un manuel destiné au personnel des organismes aux niveaux national, régional et des villes, et vise à les aider à améliorer leurs compétences en cybermarketing. Le manuel couvre tous les fondamentaux du marketing électronique, notamment la conception d'un site Web, l'optimisation des moteurs de recherche, le marketing par courriel, les réseaux sociaux et le commerce électronique. Il fournit des conseils pour l'amélioration du contenu et sa diffusion, l'utilisation de la GRC, les opérations efficaces de RP en ligne, le soutien aux professionnels du tourisme sur les territoires et l'adoption du marketing mobile.

Table des matières

- Comment créer et gérer un contenu
- Réseaux sociaux et contenu créé par les utilisateurs
- Site Web gagnant – les clés de la réussite
- Optimisation des moteurs de recherche
- Le commerce électronique pour les destinations touristiques
- Le marketing mobile; Télévision interactive, vidéo, Internet et jeux; Relations avec les médias en ligne
- Soutien aux professionnels du tourisme sur les marchés émetteurs
- La mesure du succès; Web analytique – Accroître l'impact de votre site Web par une optimisation des données



2009 | 196 p. | € 75

ISBN English: 978-92-844-1311-9

E All over, governments have become aware of tourism's power to boost their nation's development and prosperity. As more tourism destinations emerge and competition for visitors becomes more intense, a destination's ability to project itself on the world stage and differentiate itself from others is ever more important. Recognizing the value of successfully building and managing a destination's brand, the ETC and the UNWTO provide a useful and practical handbook for both marketing novices and experienced destination managers. Introduced by **Simon Anholt**, it offers a step-by-step guide to the branding process accompanied by strategies for brand management. Case studies illustrate the various concepts, present best practices from around the world and provide fresh insight into destination branding. It concludes evaluating brand impact and with practical recommendations.

Contents

- Introductory Essay by Simon Anholt
- Branding Explained
- Practical Guide to Branding Strategy
- Bringing the Brand to Life
- Managing the Brand
- Measuring Brand Impact – Surveys
- Branding Strategies in Action: Case Studies

S Los gobiernos son cada vez más conscientes del potencial del turismo para impulsar el desarrollo y la prosperidad de las naciones. A medida que emergen más destinos turísticos y se intensifica la competencia por los visitantes, la capacidad de un destino de proyectarse en la escena internacional y diferenciarse de los demás se hace cada vez más importante. Conscientes de la importancia de crear y administrar con éxito la marca de un destino, la CET y la OMT proporcionan esta guía práctica tanto a los que se inician en el marketing como a los gestores experimentados. Con un ensayo introductorio de **Simon Anholt**, es una guía paso a paso del proceso de creación de una marca, acompañada de las estrategias para su gestión. Casos prácticos presentan los distintos conceptos, prácticas idóneas de distintos lugares del mundo y muestran percepciones novedosas de la creación de marca aplicada a los destinos. El Manual concluye con una sección sobre la evaluación del impacto de las marcas y un conjunto de recomendaciones prácticas.

Índice

- Ensayo introductorio de Simon Anholt
- ¿Qué es la creación de marca?
- Guía práctica de una estrategia de creación de marca
- Dar vida a y gestionar la marca
- Evaluación del impacto – Encuestas
- Las estrategias de creación de marca en acción: Casos reales

F Les états se sont rendu compte du pouvoir du tourisme pour stimuler le développement et la prospérité de leur nation. Au fur et à mesure que de nouvelles destinations touristiques apparaissent et que la concurrence s'intensifie pour les visiteurs, la capacité d'une destination de se projeter sur la scène internationale est plus importante que jamais. Reconnaissant l'importance de bien établir et de bien gérer l'image de marque d'une destination, la CET et l'OMT ont confectionné un manuel, qui servira de guide pratique tant aux néophytes du marketing qu'aux gestionnaires de destinations touristiques expérimentés. Introduit par **Simon Anholt**, le manuel expose étape par étape le processus de création de l'image de marque et présente des stratégies de gestion. Des études de cas illustrent les différents concepts, exposent les meilleures pratiques de destination du monde entier et fournissent des informations récentes sur l'image de marque des destinations.

Table des matières

- Exposé introductif par Simon Anholt
- Qu'est-ce que l'image de marque?
- Guide pratique concernant la stratégie d'image de marque
- Création de l'image de marque
- La gestion de l'image de marque
- Mesurer l'impact – Enquêtes
- Des stratégies d'image de marque en pratique: Études de cas

The Tourism Labour Market in the Asia-Pacific Region

El mercado laboral del turismo en la región de Asia y el Pacífico | Le marché du travail du tourisme dans la région Asie-Pacifique



2009 | 198 p. | € 40

ISBN English: 978-92-844-1313-3

E This study has been undertaken to examine tourism labour shortages in Asia and the Pacific region and to provide its member States with practical solutions and recommendations to assist them in developing effective tourism labour policies to counteract the dearth of especially skilled labour. Ten countries (Australia, China, India, Indonesia, Islamic Republic of Iran, Japan, Malaysia, Republic of Korea, Sri Lanka and Thailand) have been selected to represent the region in this study. The responses to questionnaires and interviews provided by opinion leaders and tourism officials from these countries constitute the main references for this research. Other sources of information were obtained from governments, academic and non-governmental entities, OECD, ILO and key tourism bodies in the region.

Contents

- The Tourism Labour Market
- The Asia-Pacific Tourism Labour Market: Demographic Trends; Political Factors; Labour Market Wages; Labour Market Practices; Poverty Alleviation
- Research Methodology: Opinion Leaders Survey
- The Tourism Labour Market Statistics
- Country Analysis: Australia, China, India, Indonesia, Islamic Republic of Iran, Japan, Malaysia, Republic of Korea, Sri Lanka, Thailand
- Discussion: Supply and Demand in the Asia-Pacific Tourism Labour Market
- Recommendations: The Asia-Pacific Tourism Labour Market

S Este estudio se ha emprendido con objeto de estudiar la escasez de mano de obra en la región de Asia y el Pacífico y de proporcionar a sus Estados Miembros soluciones y recomendaciones prácticas para ayudarles a formular políticas eficaces de empleo turístico que contrarresten la insuficiencia de mano de obra, y especialmente de mano de obra cualificada. Diez países han sido elegidos para representar a la región en este estudio. Las respuestas a cuestionarios y entrevistas facilitadas por líderes de opinión y funcionarios de turismo de estos países han sido las referencias principales de la investigación. Otras fuentes de información utilizadas han sido los gobiernos, diversas entidades académicas y no gubernamentales, la OCDE, la OIT y algunos de los principales organismos de turismo de la región.

Índice

- El mercado laboral del turismo de Asia y el Pacífico; Tendencias demográficas; Factores políticos; Sueldos del mercado laboral; Prácticas del mercado laboral; Atenuación de la pobreza
- Metodología de la investigación
- Estadísticas del mercado laboral del turismo
- Análisis de países
- Debate: La oferta y la demanda en el mercado laboral del turismo de Asia y el Pacífico
- Recomendaciones: el mercado laboral del turismo de Asia y el Pacífico

F Cette étude été menée pour analyser le manque de main-d'œuvre dans la région Asie-Pacifique et pour fournir aux États membres des solutions et des recommandations pratiques afin de les aider à formuler des politiques d'emploi efficaces dans le secteur du tourisme qui remédient à la pénurie de main-d'œuvre spécialisée. Dix pays ont été choisis pour représenter la région dans cette étude. Les réponses aux questionnaires et aux entrevues fournies par les leaders d'opinion et les responsables du tourisme de ces pays constituent les principales références de l'étude. Des informations ont aussi été obtenues d'autres sources comme des gouvernements, diverses entités académiques et non-gouvernementales, l'OCDE, l'OIT ainsi que d'importants organismes du tourisme de la région.

Table des matières

- Le marché du travail dans le secteur du tourisme
- Le marché du travail du tourisme dans la région Asie-Pacifique
- Méthodologie des recherches : Enquête auprès des leaders d'opinion
- Les statistiques du marché du travail dans le tourisme
- Débat : L'offre et la demande sur le marché du travail du tourisme dans la région Asie-Pacifique; Recommandations



2006 | € 45 each | 7 reports: € 200

ISBN Collection of 7 reports:
978-92-844-1196-2

This Series is available in English, only.
Esta serie sólo está disponible en inglés.
Cette série n'est disponible qu'en anglais

ISBN Australia: 978-92-844-1124-5
ISBN China: 978-92-844-1128-3
ISBN Hong Kong: 978-92-844-1127-6
ISBN India: 978-92-844-1125-2
ISBN Japan: 978-92-844-1129-0
ISBN Republic of Korea: 978-92-844-1126-9
ISBN Thailand: 978-92-844-1123-8

E Intra-regional tourism within the Asia region is on the rise and constitutes a good portion of the total visitors to the region. Keeping in mind the above-mentioned trend, the UNWTO presents a series of market studies of the Asia-Pacific countries which are considered significant as outbound markets for the Asia-Pacific region.

These studies contain a general profile of each of the 7 markets as an outbound source for tourism, including such features as their socio-economic environment in terms of population, wealth, per capita income and propensity for travel, and their relevant impact on traffic to Asia. These studies also pay particular attention to each of the Asian destinations for outbound traffic from each of the 7 generating markets, giving details of market intelligence on the existing traffic and traffic patterns and future trends. Finally, they provide guidelines and recommendations, based on the above issues, for the Asian destinations. These reports are a "must" for anyone interested in better understanding the Asian/Pacific source markets.

These publications are available for:

- Australia
- China
- Hong Kong
- India
- Japan
- Republic of Korea
- Thailand

S El turismo emisor intrarregional aumenta en la región de Asia y el Pacífico, donde representa una buena parte del total de visitantes. Ante esta tendencia, la OMT ha publicado una serie de estudios de mercado sobre los países de Asia y el Pacífico considerados como importantes mercados emisores de turismo hacia esta región.

Los estudios contienen una descripción general de cada uno de los siete mercados en cuestión, como fuentes de turismo, y precisiones sobre su entorno socioeconómico (población, riqueza, renta per cápita y propensión a viajar) y sobre su peso en los desplazamientos turísticos con destino a Asia. Prestan también especial atención a los destinos asiáticos particulares de cada uno de los siete mercados y ofrecen información sobre los movimientos existentes, sus características y sus tendencias futuras.

Finalmente, de la información suministrada se derivan directrices y recomendaciones para los destinos asiáticos. Se trata de una lectura obligatoria para cualquier persona interesada en entender mejor los mercados emisores de Asia y el Pacífico.

Se han publicado estudios sobre:

- Australia
- China
- Hong-Kong
- India
- Japón
- República de Corea
- Tailandia

Índice

- Visión de conjunto del mercado emisor
 - Estructura del mundo del turismo en términos de operadores turísticos, agencias de viajes, asociaciones y órganos institucionales
 - Tráfico aéreo
 - Segmentación y estacionalidad del mercado
- Turismo emisor hacia los destinos de Asia y el Pacífico
 - Movimientos existentes y características
 - Tendencias futuras
- Recomendaciones
 - Búsqueda del perfeccionamiento del producto existente a fin de aumentar su valor para el destino receptor
- Políticas, estrategias y planes de marketing que deberían adoptar y aplicar los destinos para atraer a un mayor número de turistas de los países emisores
- Corrección de las deficiencias de los destinos para satisfacer a los clientes extranjeros
- Campañas de relaciones públicas y de publicidad que deberían realizar los destinos a partir de los estudios de mercado

Contents

- Overview of the outbound source market
 - Structure of the travel trade in terms of tour operators, travel agents, associations and institutional bodies
 - Airline traffic
 - Market segmentation and seasonality
- Outbound traffic to Asia-Pacific destinations
 - Existing traffic and traffic patterns
 - Future trends
- Recommendations
 - Further improvements to the existing product to enhance its value to the inbound destination
- Policies, strategies, and marketing programmes that the destinations should adopt and implement so as to increase traffic from the outbound countries
- Rectification of shortcomings in the incoming destination to satisfy the outbound customers
- PR and Advertising campaigns to be adopted by the destinations based on market intelligence

F Le tourisme émetteur intrarégional augmente dans la région Asie-Pacifique et y représente une bonne part du total des visiteurs. Vu cette tendance, l'OMT a publié une série d'études de marché sur les pays de l'Asie-Pacifique considérés comme d'importants émetteurs de tourisme pour la région.

Ces études comportent une description générale de chacun des sept marchés en question comme source de tourisme, avec des précisions sur son environnement socioéconomique – population, richesse, revenu par habitant et propension à voyager – et sur son poids dans les déplacements touristiques à destination de l'Asie. Elles accordent aussi une attention particulière à chacune des destinations d'Asie du tourisme émetteur de chacun de ces sept marchés en renseignant sur les flux existants, leurs caractéristiques et leurs tendances à venir. Elles débouchent sur des principes directeurs et des recommandations à l'intention des destinations asiatiques.

Ces ouvrages sont incontournables pour quiconque est soucieux de mieux comprendre les marchés émetteurs de l'Asie-Pacifique.

Ils existent pour :

- L'Australie
- La Chine
- Hong Kong
- L'Inde
- Le Japon
- La République de Corée
- la Thaïlande

Table des matières

- Vue d'ensemble du marché émetteur
 - Structure de la profession (voyagistes, agents de voyages, associations et institutions)
 - Trafic aérien
 - Segmentation et saisonnalité du marché
- Tourisme émetteur vers les destinations de l'Asie-Pacifique
 - Flux existants et caractéristiques
 - Tendances futures
- Recommandations
 - Poursuite de l'amélioration du produit existant afin d'en augmenter la valeur
- Politiques, stratégies et plans marketing que les destinations devraient adopter et appliquer pour attirer davantage de touristes des pays émetteurs
- Correction des défauts des destinations afin de satisfaire les clients étrangers
- Campagnes de RP et de publicité à mener par les destinations sur la base des études de marché

The Chinese Outbound Travel Market with Special Insight into the Image of Europe as a Destination

El mercado emisor de turismo chino, con especial atención a la imagen de Europa como destino

Le marché du tourisme émetteur de la Chine et l'image de l'Europe comme destination



2008 | 196 p. | € 75

ISBN English: 978-92-844-1237-2

E China is one of the fastest growing outbound markets in the world. Rising incomes and relaxation of restrictions on foreign travel led to a growth of 22% a year in trips abroad since 2000 (34.5 million in 2006). China ranks fifth worldwide in terms of spending on international tourism (US\$ 30 billion in 2007). In 1995, the UNWTO predicted that China would generate 100 million arrivals worldwide by 2020, making it the fourth largest market in the world (*Tourism 2020 Vision*). In view of recent trends, China may reach that target well before 2020.

To better understand the structure and trends of this market is the aim of the new ETC/UNWTO report *The Chinese Outbound Travel Market with Special Insight into the Image of Europe as a Destination*.

Contents:

- Introduction to China
- Operating Environment
 - Economic and Financial Indicators
 - Government's Role in Travel and Tourism
- Aviation Overview
- The Outbound Travel Market
- Profile of the Chinese Outbound Traveller
- Organization of Chinese Outbound Travel
- Market Realities
- Current Prospects
- Working with the Chinese Market
 - Interviews with the Travel Trade, Tour Guides from China, Inbound Tour Operators in Europe and European Hoteliers
- Research Findings

S China es uno de los mercados de turismo emisor de mayor crecimiento en el mundo. Gracias al aumento de las rentas disponibles y a la relajación de las restricciones a los viajes al extranjero, los desplazamientos a otros países han crecido un 22% al año desde 2000 (34,5 millones en 2006). China ocupa el 5º puesto en el mundo en gastos en viajes al extranjero (30.000 millones \$ EE.UU. en 2007). En 1995, la OMT predijo que China generaría 100 millones de llegadas para el año 2020, lo que convertiría al país en el 4º mayor mercado del mundo (*Turismo: Panorama 2020*). Según las tendencias actuales, alcanzará esa cifra mucho antes. Comprender mejor la estructura, las tendencias y los factores es el objetivo del este nuevo informe CET/OMT.

Índice

- Introducción sobre China
- Entorno operativo; Indicadores económicos y financieros; El papel del Gobierno en los viajes y el turismo
- El mercado del turismo emisor
- Perfil del viajero chino que sale del país
- Organización del turismo emisor chino
- Realidad del mercado
- Perspectivas actuales
- Trabajar con el mercado chino; Entrevistas a profesionales del sector, a guías de turismo chinos, a operadores de turismo receptor de Europa, a hoteleros europeos; Conclusiones de la investigación

F La Chine est l'un des marchés émetteurs dont la croissance est la plus rapide au monde. Grâce à l'augmentation du revenu disponible et à l'assouplissement des restrictions aux déplacements, les voyages en provenance de la Chine ont progressé à un rythme moyen de 22% par an depuis 2000. La Chine occupe le 5ème rang mondial, avec 30 milliards de \$ EU en 2007. En 1995, l'OMT prévoyait que la Chine enverrait 100 millions de touristes à l'étranger en 2020 et deviendrait le 4ème marché mondial (Tourisme : horizon 2020). Mais, au vu des dernières tendances, elle est en bonne voie pour atteindre cet objectif bien avant cette échéance. Pour exploiter au mieux ce marché, comme tout autre, il faut d'abord bien le connaître. Mieux comprendre sa structure, ses tendances et les facteurs qui l'influencent est précisément le but de la nouvelle étude CET/OMT.

The Russian Outbound Travel Market with Special Insight into the Image of Europe as a Destination

El mercado emisor de turismo ruso, con especial atención a la imagen de Europa como destino

Le marché émetteur russe et l'image de l'Europe comme destination



2009 | 302 p. | € 75

ISBN English: 978-92-844-1304-1

E Russia is the ninth biggest outbound travel market in the world, generating in 2007 US\$ 22 billion in spending abroad. To better understand the structure and trends of this growing market is the aim of this ETC/UNWTO report, which identifies key trends in the Russian outbound travel – among others, the market size and value, growth in trip volume and spending, purpose of trip, destination choice, the role of the travel trade and online distribution. In addition, the publication provides information on government policy affecting outbound travel, notably visa issues and traffic rights for foreign airlines operating to/from the country. All this information is critical to helping destinations and commercial operators plan ahead with greater foresight, providing guidance on the short-term opportunities and the longer-term potential for investment in this market.

Contents

- Introduction to Russia
- Operating Environment
- The Russian Consumer
- Outbound Travel Overview
- Europe's Performance in the Russian Market
- Air Transport
- Entering the Russian Market
- Prospects for Russian Tourism to Europe
- Travel Trade Interviews
- Consumer Interviews
- Consumer Focus Groups

S Rusia es el 9º mercado emisor del mundo en términos de gasto, habiendo generado 22.300 mill. \$ EE.UU. de gasto en el extranjero en 2007. El objetivo de este nuevo informe de la CET y la OMT es comprender mejor la estructura y las tendencias de este mercado. El informe señala las principales tendencias del turismo emisor ruso, incluyendo la dimensión y el valor del mercado, el aumento del número de viajes y del gasto, los motivos, la estructura y la función del sector turístico, la distribución en línea y otros. Además, informa sobre las políticas que afectan al turismo emisor, especialmente en cuanto a emisión de visados y derechos de tráfico para compañías aéreas extranjeras. Toda esta información es vital para ayudar a las ANT/ONT y a los operadores comerciales a formular planes para el futuro con mayor previsión, ya que proporciona una orientación sobre las oportunidades a corto plazo y el potencial a largo plazo de inversión en el mercado ruso.

Índice

- Introducción sobre Rusia
- Entorno operativo; El consumidor ruso
- Panorámica del turismo emisor
- Comportamiento de Europa en el mercado
- Transporte aéreo
- Entrar en el mercado ruso
- Perspectivas para el turismo ruso en Europa
- Entrevistas en el sector turístico
- Entrevistas entre los consumidores
- Grupos de opinión de consumidores

F En 2007, la Russie s'est classée au 9ème rang mondial pour ce qui est des dépenses à l'étranger, qui se sont élevées à 22,3 milliards de \$EU. La nouvelle étude CET/OMT identifie les principales tendances du tourisme émetteur russe, en ce qui concerne la taille et la valeur du marché, la croissance du volume des voyages et des dépenses, le motif de la visite, la structure et le rôle de la profession et la distribution en ligne, et autres facteurs. Par ailleurs, l'étude informe sur les politiques gouvernementales influençant les voyages à l'étranger, en particulier en matière de délivrance des visas et de droits de navigation. Ces informations permettent aux ANT/ONT et aux opérateurs commerciaux d'agir avec une plus grande prévoyance, les éclairant sur les opportunités à court terme et sur le potentiel d'investissement à long terme sur le marché russe.

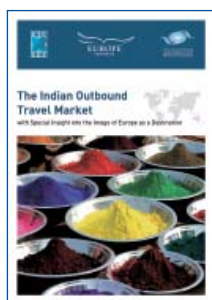
Table des matières

- Présentation de la Russie
- Environnement des affaires
- Le consommateur russe
- Vue d'ensemble du marché émetteur
- La performance de l'Europe sur le marché
- Transport aérien
- Pénétrer le marché russe
- Perspectives du tourisme russe en Europe
- Entretiens avec des professionnels du secteur et avec des consommateurs
- Groupes de discussion

The Indian Outbound Travel Market with Special Insight into the Image of Europe as a Destination

El mercado emisor de turismo indio, con especial atención a la imagen de Europa como destino

Le tourisme émetteur de l'Inde et l'image de l'Europe comme destination



2009 | 186 p. | € 75

ISBN English: 978-92-844-1309-6

E India is one of the fastest growing outbound travel markets in the world. Trips abroad have grown from 3.7 (1997) to 9.8 million (2007) and international tourism expenditure has increased from US\$ 1.3 (1997) to US\$ 8.2 billion (2008). With more than 1.1 billion inhabitants and GDP increasing by more than 8% every year, the country offers enormous potential for future growth in outbound travel. Recognizing the importance of this market, the ETC and the UNWTO have undertaken detailed research on the Indian outbound market. This publication covers issues such as travellers' behaviour and patterns – destination choice, purpose of travel, spending, holiday activities and market segmentation, as well as the media or internet use trends. The report also sets out recommendations on how to best promote a destination in the Indian market.

Contents

- Indian Outbound Travel Market
 - Country Profile
 - Travel Profile and the Indian Traveller Profile
 - Profile and Structure of the Travel Trade
 - Internet Usage and Online Behaviour
 - Media Usage
- Image of Europe as a Holiday Destination in India
 - Interviews with the Travel Trade
 - Interviews with Consumers
 - Focus Groups with Consumers

S La India es uno de los mercados emisores que más deprisa crecen en el mundo. Las salidas internacionales han aumentado de 3,7 (1997) a 9,8 millones (2007) y el gasto por turismo internacional ha incrementado desde 1.300 \$ EE.UU. (1997) hasta 8.200 millones \$ EE.UU. (2008). Con más de 1.100 millones de habitantes y un PIB que aumenta más del 8% al año, el país ofrece un potencial enorme de crecimiento para los viajes al extranjero. La CET y la OMT, reconociendo la importancia de este mercado, han emprendido un estudio detallado del mercado emisor indio que cubre cuestiones relacionadas con el comportamiento y los patrones de los viajeros, tales como la elección del destino, el motivo del viaje, el gasto, las actividades vacacionales, la segmentación del mercado, así como las tendencias en el uso de los medios de comunicación e internet. También ofrece un conjunto de recomendaciones para promover un destino en el mercado indio.

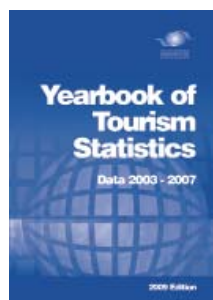
Índice

- El mercado emisor de turismo indio; Perfil del país, de los viajes y de los viajeros indios; Perfil y estructura del comercio turístico; El uso de internet y el comportamiento en línea; Utilización de los medios de comunicación
- Imagen de Europa como destino vacacional en la India; Entrevistas a profesionales del turismo y a los consumidores; Grupos de estudio

F L'Inde est l'un des marchés émetteurs dont la croissance est la plus rapide au monde. Le nombre de voyages internationaux au départ de l'Inde est passé de 3,7 (1997) à 9,8 millions (2007) et les dépenses de 1,3 \$ EU en (1997) à 8,2 milliards \$ EU (2008). Avec une population de plus de 1,1 milliard d'habitants et un PIB qui augmente de plus de 8% chaque année, le potentiel du pays en tant que marché émetteur est énorme. Conscients de l'importance, la CET et l'OMT ont entrepris des recherches approfondies sur le marché émetteur indien. Ce rapport traite de questions telles que le comportement et les habitudes des voyageurs – le choix des destinations, le motif du déplacement, les dépenses, les activités en vacances, la segmentation du marché, ainsi que les tendances concernant l'utilisation des médias ou d'internet. Il formule aussi des recommandations sur la manière de promouvoir au mieux une destination sur le marché indien.

Table des matières

- Le marché émetteur de l'Inde; Présentation du pays; Profil des voyages; Profil et structure de l'industrie des voyages; Utilisation des médias et d'internet et démarches en ligne
- L'image de l'Europe comme destination; Entretiens avec des professionnels du tourisme et les consommateurs; Groupes de réflexion avec les consommateurs



2009 | 928 p. | € 175

ISBN trilingual: 978-92-844-1308-9

E The 2009 edition of the *Yearbook of Tourism Statistics* provides for 204 countries and territories data on total arrivals and overnight stays associated to inbound tourism with breakdown by country of origin for the period 2003 – 2007. The titles of the tables are in English only. Notes are given in English, French and Spanish. Names of countries, regions and sub-regions, as well as the classification included on the tables are in English only. Countries are classified in accordance with English alphabetical order.

Contents

- Arrivals
- A: Border statistics
 - Table 1: Arrivals of non-resident tourists at national borders
 - Table 2: Arrivals of non-resident visitors at national borders
- B: Statistics on accommodation establishments
 - Table 3: Arrivals of non-resident tourists in hotels and similar establishments
 - Table 4: Arrivals of non-resident tourists in all types of accommodation establishments
- Overnight stays
 - Table 5: Overnight stays of nonresident tourists in hotels and similar establishments
 - Table 6: Overnight stays of nonresident tourists in all types of accommodation establishments

S La edición de 2009 del *Anuario de estadísticas de turismo* ofrece datos relativos a 204 países y territorios, sobre los que facilita los totales de llegadas y estancias con pernотaciones de turismo receptor, desglosados por países de origen, en el periodo 2003–2007. Los títulos de los cuadros sólo existen en inglés, aunque las notas aparecen en español, francés e inglés. Los nombres de países, regiones y subregiones, así como la clasificación incluida en los cuadros existen solamente en inglés, y los países se clasifican por orden alfabético en ese idioma.

Índice

- Llegadas
- A: Estadísticas de fronteras; Cuadro 1: Llegadas de turistas no residentes en las fronteras nacionales; Cuadro 2: Llegadas de visitantes no residentes en las fronteras nacionales
- B: Estadísticas sobre establecimientos de alojamiento; Cuadro 3: Llegadas de turistas no residentes en hoteles y establecimientos asimilados; Cuadro 4: Llegadas de turistas no residentes en todo tipo de establecimientos de alojamiento
- Estancias con pernотaciones ...
- Cuadro 5: ... de turistas no residentes en hoteles y establecimientos asimilados; Cuadro 6: ... de turistas no residentes en todo tipo de establecimientos de alojamiento

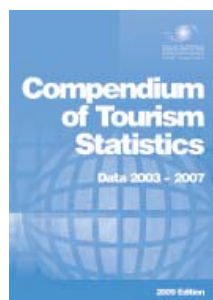
F L'édition 2009 du *l'Annuaire des statistiques* du tourisme contient, pour 204 pays et territoires, les données sur l'ensemble des arrivées et des nuitées correspondant au tourisme récepteur avec leur ventilation par pays d'origine pour la période 2003–2007. Les titres des tableaux sont uniquement en anglais. Les notes sont rédigées en anglais, en espagnol et en français. Les noms des pays, des régions et des sous-régions et les termes de classification figurant dans les tableaux ne sont qu'en anglais. Les pays sont classés dans l'ordre alphabétique anglais.

Table des matières

- Arrivées
- A. Statistiques des frontières; Tableau 1: Arrivées de touristes non résidents aux frontières nationales; Tableau 2: Arrivées de visiteurs non résidents aux frontières nationales
- B. Statistiques relatives aux établissements d'hébergement; Tableau 3: Arrivées de touristes non résidents dans les hôtels et établissements parahôtelières; Tableau 4: Arrivées de touristes non résidents dans tous les types d'établissements d'hébergement
- Nuitées; Tableau 5: Nuitées de touristes non résidents dans les hôtels et établissements parahôtelières; Tableau 6: Nuitées de touristes non résidents dans tous les types d'établissements d'hébergement

Compendium of Tourism Statistics, Data 2003 – 2007 (2009 Edition)

Compendio de estadísticas de turismo, datos de 2003–2007 (Edición 2009) | **Compendium des statistiques du tourisme** (édition 2009)



2009 | 336 p. | € 65

ISBN multilingual: 978-92-844-1307-2

E The *Compendium of Tourism Statistics* is designed to provide a condensed and quick-reference guide on the major tourism statistical indicators in each country. The 2009 edition provides statistical information on tourism of 208 countries and territories around the world for the period 2003 – 2007. It is edited in English only, with countries classified according to English alphabetical order. For easy reference in Arabic, French, German, Russian and Spanish, the text of the basic indicators and the basic references has been printed in a separate pasteboard.

Contents

- Inbound tourism
- Domestic tourism
- Outbound tourism
- Tourism industries
- Related indicators

S El *Compendio de estadísticas de turismo* está destinado a facilitar una guía sintética y de consulta rápida sobre los principales indicadores estadísticos de turismo de cada país. En la edición de 2009, se ofrece información estadística sobre el turismo en 208 países y territorios de todo el mundo en el periodo 2003–2007. El Compendio se publica solamente en inglés, y los países aparecen clasificados por orden alfabético en ese idioma. Para facilitar la consulta en alemán, árabe, español, francés y ruso, se proporciona en una cartulina suelta el texto de los indicadores esenciales y de las referencias básicas en esos idiomas.

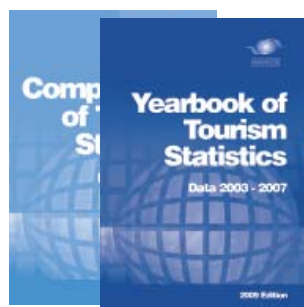
Índice

- Turismo receptor
- Turismo interno
- Turismo emisor
- Actividades turísticas
- Indicadores conexos

F Le *Compendium des statistiques du tourisme* est pensé comme un guide condensé, rapidement consultable, des grands indicateurs statistiques du tourisme de chaque pays. L'édition 2009 fournit des informations statistiques sur le tourisme dans 208 pays et territoires du monde entier pour la période 2003–2007. Le Compendium ne paraît qu'en anglais et les pays y sont classés dans l'ordre alphabétique anglais. Pour plus de facilité, il y est joint une fiche à part pour chaque langue avec la liste des indicateurs fondamentaux et les références de base en allemand, arabe, espagnol, français et russe.

Table des matières

- Tourisme récepteur
- Tourisme interne
- Tourisme émetteur
- Activités touristiques
- Indicateurs apparentés



2009 | € 230

ISBN Basic Set: 978-92-844-1310-2

E For more information, see page 38.

This collection contains

- Yearbook of Tourism Statistics, Data 2003 – 2007 (2009 Edition)
- Compendium of Tourism Statistics, Data 2003 – 2007 (2009 Edition)

S Véase las página 38 para mayor información.

Esta colección contiene

- Anuario de estadísticas de turismo, datos de 2003–2007 (Edición 2009)
- Compendio de estadísticas de turismo, datos de 2003–2007 (Edición 2009)

F Voir page 38 pour plus d'information.

Cette collection contient

- Annuaire des statistiques du tourisme (édition 2009)
- Compendium des statistiques du tourisme (édition 2009)

UNWTO World Tourism Barometer



3 issues per year | ca. 54 p. each

€ 70 subscription for 3 issues in electronic version, only

€ 100 subscription for 3 issues in electronic and printed version

ISSN English: 1728-9246

ISSN Spanish: 1728-9254

ISSN French: 1728-9262

E The *UNWTO World Tourism Barometer* offers a unique overview of short-term international tourism trends. It is developed by UNWTO with the aim to provide all those directly or indirectly involved in tourism with adequate up-to-date statistics and analysis in a timely fashion. Each issue contains three regular sections: an overview of short-term tourism trends including data on international tourist arrivals, tourism receipts and expenditure for over 100 countries worldwide and data on air transport on major routes; a retrospective and prospective evaluation of current tourism performance by the members of the UNWTO Panel of Tourism Experts; and selected economic data relevant for tourism. The *UNWTO World Tourism Barometer* is updated in January, June and October.

Contents

- Short-term Tourism Data
- UNWTO Panel of Tourism Experts
- The Economic Environment

Barómetro OMT del turismo mundial | Baromètre OMT du tourisme mondial

S El *Barómetro OMT del turismo mundial* de la OMT es un servicio publicado por la OMT destinado a seguir la evolución del turismo a corto plazo con objeto de proporcionar información adecuada y oportuna al sector turístico. El *Barómetro OMT del turismo mundial* se publica tres veces al año (en enero, junio y octubre). Inicialmente consta de tres elementos principales: una revisión de los datos del turismo a corto plazo procedentes de los destinos y del transporte aéreo; una evaluación retrospectiva y prospectiva de los resultados del turismo hecha por el Grupo de Expertos en Turismo de la OMT; y datos económicos seleccionados en función de su relevancia para el turismo. El objetivo de estas ediciones periódicas del *Barómetro OMT del turismo mundial* es el de ampliar y mejorar gradualmente su cobertura.

Índice

- Datos del turismo a corto plazo
- Grupo de Expertos en Turismo de la OMT
- Entorno económico

F Il est prévu que le *Baromètre OMT du tourisme mondial* sorte trois fois par an (janvier, juin et octobre). Il contient au départ trois sections permanentes: un aperçu des données touristiques à court terme relatives aux pays de destination et au transport aérien; une estimation rétrospective et prospective des résultats du secteur touristique fournie par le Groupe d'experts en tourisme et une sélection des données économiques intéressant le secteur du tourisme. L'objectif pour les prochains numéros du baromètre du tourisme mondial de l'OMT est d'accroître les contenus et d'améliorer son champ d'application avec le temps.

Table des matières

- Données touristique à court terme
- Groupe d'experts en tourisme de l'OMT
- L'environnement économique



E These reports continue UNWTO's programme in the field of forecast studies. The series is comprised of seven volumes and each is divided into three parts. Part one examines the development of tourism in Europe in the first half of the 1990s, analysing especially the key factors which determined Europe's prospects. The second part deals with the various determinants governing the forecast to the year 2020, while the third part presents the forecasts themselves taking as well into account the different sub-regions. These reports are a "must have" for anyone interested in the future developments of inbound tourism to and outbound tourism from the respective region.

Tourism: 2020 Vision reports are available for:

- Global Forecast and Profile of Market Segments
- Africa
- Americas
- East Asia and the Pacific
- Europe
- Middle East
- South Asia

S Los informes forman parte del programa de la OMT de elaboración de estudios de previsión. La serie incluye siete volúmenes de los cuales cada volumen se divide en tres partes. La primera parte examina la evolución del turismo en la región durante la primera mitad del decenio de 1990 y analiza especialmente los factores clave que determinaron el porvenir de la región. La segunda parte trata de los diversos factores que se han de tener en cuenta para elaborar una previsión del año 2020. La tercera parte, finalmente, presenta las propias previsiones, tomando asimismo en consideración las diferentes zonas de cada región. El informe es una "lectura obligada" para cualquiera que esté interesado en la evolución futura del turismo receptor y emisor de su región correspondiente.

Turismo: Panorama 2020 está disponible para:

- Previsiones mundiales y perfiles de los segmentos del mercado
- África
- Américas
- Asia y Pacífico
- Europa
- Oriente Medio
- Asia del Sur

Índice de previsiones mundiales

- Perspectivas del turismo mundial; El mundo del turismo en 2020; Encuesta entre las ANT; Principales factores determinantes e influencias; Megatendencias turísticas
- Previsiones de tendencias regionales; Regiones de la OMT; Agrupaciones especiales de países
- Factores clave para el desarrollo; Evolución de los destinos; Factores de marketing
- Perfiles de los segmentos del mercado; Turismo de sol y playa; Turismo de deporte; Turismo de aventura; Turismo de naturaleza; Turismo cultural y urbano; Cruceros; Parques temáticos; Reuniones y conferencias

Índice de previsiones regionales

- Cambios, resultados y tendencias en 1990–1995; Determinantes e influencias; Análisis de movimientos en Europa
- Factores, estrategias, planes y tendencias; Encuesta a las ANT; Factores determinantes de las perspectivas; Estrategias de los destinos
- Previsiones hasta 2020; Previsiones de turismo receptor en el mundo; Previsiones de turismo emisor; Previsiones de países de origen y destino

2001 | € 30 each | 7 reports: € 150

ISBN Collection of 7 reports:
978-92-844-0532-9

Global Forecast:

ISBN English: 978-92-844-0466-7
ISBN Spanish: 978-92-844-0476-6
ISBN French: 978-92-844-0475-9

Africa:

ISBN English: 978-92-844-0392-9
ISBN French: 978-92-844-0473-5

Americas:

ISBN English: 978-92-844-0393-6
ISBN Spanish: 978-92-844-0450-6

East Asia and the Pacific:

ISBN English: 978-92-844-0387-5

Europe:

ISBN English: 978-92-844-0380-6
ISBN French: 978-92-844-0416-2

Middle East:

ISBN English: 978-92-844-0394-3

South Asia:

ISBN English: 978-92-844-0395-0

Contents for global report

- Global tourism prospects ; The world of tourism in 2020 ; NTA survey ; Major determinants and influences ; Tourism Megatrends
- Forecasts to regional trends ; UNWTO regions ; Special country groupings
- Key developmental factors ; Destination developments ; Marketing factors
- Profiles of market segments: Sun and beach, Sports, Adventure, Nature, Cultural and Urban tourism, Cruises, Theme parks, Meetings and conferences

Contents for regional reports

- Changes, performance and trends in 1990–1995 ; Determinants and influences ; Analysis of flows
- Factors, strategies, plans and trends ; Survey of NTAs ; Factors determining prospects ; Destination strategies
- Forecasts to 2020 ; Forecasts of inbound tourism worldwide ; Forecasts of inbound tourism ; Forecasts of outbound tourism ; Origin and destination country forecasts

F Ces études font partie du programme d'études prévisionnelles de l'OMT. Elles comprennent sept volumes, chacun divisé en trois parties. La première partie examine l'évolution du tourisme dans la région pendant la période 1990-1995 en analysant en particulier les facteurs-clés qui expliquent les résultats atteints. La deuxième partie traite des divers déterminants dont dépendent les prévisions jusqu'en 2020, tandis que la troisième partie présente les prévisions elles-mêmes en les précisant au niveau sous-régional. Il s'agit d'études incontournables pour quiconque s'intéresse à l'évolution future du tourisme récepteur et du tourisme émetteur de chaque région.

Tourisme : horizon 2020 est disponible pour :

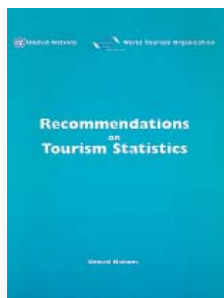
- L'Afrique
- Les Amériques
- L'Asie de l'Est et le Pacifique
- L'Europe
- Le Moyen-Orient
- L'Asie du Sud

Table des matières de l'étude globale

- Perspectives du tourisme mondial
 - Le monde du tourisme en 2020
 - Enquête auprès des ANT
 - Principaux déterminants et influences
 - Mégatendances du tourisme
- Prévion des tendances régionales
 - Régions de l'OMT
 - Groupes particuliers de pays
- Facteurs-clés de développement
 - Évolution des destinations
 - Facteurs commerciaux
- Profils des segments de marché
 - Tourisme de plage
 - Tourisme sportif
 - Tourisme d'aventure
 - Tourisme axé sur la nature
 - Tourisme culturel et urbain
 - Croisières
 - Parcs à thème
 - Réunions et congrès

Table des matières des études régionales

- Changements, résultats et tendances observés dans les années 1990–1995
 - Déterminants et influences
- Analyse des flux dans la région
- Facteurs, stratégies, plans et tendances
 - Enquête auprès des ANT
- Facteurs à l'origine des prévisions pour la région
 - Stratégies des destinations
- Prévisions jusqu'en 2020
 - Prévisions du tourisme récepteur dans le monde
 - Prévisions du tourisme récepteur de la région
 - Prévisions du tourisme émetteur de la région
 - Prévisions par pays d'origine et de destination



1994 | 78 p. | € 25

ISBN English: 978-92-844-0362-2
 ISBN Spanish: 978-92-844-1166-1
 ISBN French: 978-92-844-1142-6
 ISBN Russian: 978-92-844-1336-2
 ISBN Arabic: 978-92-844-1337-9
 ISBN Chinese: 978-92-844-1338-6

E Adopted by the United Nations Statistical Commission, these recommendations assist governments and businesses involved in tourism in preparing appropriate policies and programmes. The recommendations help to establish clear standards for measuring tourism. The publication includes the Standard International Classification of Tourism Activities (SICTA) and is a copublication with the United Nations.

Contents

- Part one: Recommendations on tourism statistics
 - Development and needs of tourism statistics
 - Concepts and forms of tourism
 - Basic tourism units
 - Classifications of tourism demand
 - Classification of tourism supply
 - Statistics on tourism expenditure
 - Further work to be carried out by the UNWTO in cooperation with other organizations
- Part two: Standard international classification of tourism activities
 - Statistical units
 - Guide to the table
 - Explanatory notes for standard industrial codes for tourism

S Adoptadas por la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas, estas recomendaciones sirven de ayuda a los gobiernos y a las empresas para preparar en el campo del turismo políticas y programas apropiados. Contribuyen también a establecer normas precisas para la evaluación del turismo, e incluye la Clasificación Internacional Uniforme de Actividades Turísticas (CIUAT). Es una publicación realizada conjuntamente con las Naciones Unidas.

F Adoptées par la Commission de statistiques des Nations Unies, ces recommandations aident les gouvernements et l'industrie touristique à préparer des politiques et des programmes appropriés. Les recommandations aident à établir des normes claires de mesure du tourisme. Elles comprennent la Classification internationale type des activités touristiques (CITAT), publiée de façon conjointe avec les Nations Unies.

Índice

- Parte primera: Recomendaciones sobre estadísticas de turismo
 - Necesidad y evolución de las estadísticas de turismo
 - Conceptos y formas de turismo
 - Unidades básicas del turismo
 - Clasificaciones de la demanda turística
 - Clasificación de las actividades turísticas a partir de la oferta
 - Estadísticas del gasto turístico
 - Trabajos futuros a efectuar por la Organización Mundial del Turismo en cooperación con otras organizaciones
- Parte segunda: Clasificación internacional uniforme de las actividades turísticas
 - Unidades estadísticas
 - Guía del cuadro
 - Notas explicativas de la clasificación industrial uniforme

Table des matières

- Première partie : recommandations sur les statistiques du tourisme
 - Situation et besoins en matière de statistiques du tourisme
 - Le tourisme : concept et formes
 - Unités touristiques de base
 - Principales classifications applicables aux voyages
 - Classification des activités touristiques à partir de l'offre
 - Statistiques de la dépense touristique
 - Travaux futurs à réaliser par l'Organisation mondiale du tourisme en coopération avec d'autres organisations
- Deuxième partie : classification internationale type des activités touristiques
 - Unités statistiques
 - Légende de tableaux
 - Notes explicatives des codes de la classification type, par industrie, pour le tourisme industriel

Sources and Methods: Labour Statistics – Employment in the Tourism Industries (Special Edition)

Fuentes y métodos: estadísticas de trabajo – El empleo en el sector turístico (Edición especial)
 Sources et méthodes : les statistiques de l'emploi dans les industries touristiques (édition spéciale)



2008 | 436 p. | € 60

ISBN English: 978-92-844-1233-4

E This pioneering new title has been conceived to provide users and producers of tourism statistics, and those interested in labour statistics in general, with a consolidated volume on the measurement of employment in the tourism sector. It contains information on methodology, as well as descriptions of employment, wages and hours of work in the tourism industries. The definitions refer to all major statistical sources, as well as methods used by countries to compute these variables. This publication is the first of three volumes to come out of a joint project by the International Labour Organization (ILO) and the UNWTO to improve national methods of data collection of employment in the tourism industries. The information has been collected through a set of specially developed questionnaires sent to more than 200 countries and territories.

Contents

- National Statistics
- List of countries and territories
- UNWTO/ILO Questionnaires: A General Note
- Statistics on employment in the tourism industries (questionnaires):
 1. components derived from labour force or other household-based sample surveys
 2. derived from establishment surveys
 3. employment-related income of persons employed in the tourism industries, derived from administrative records and related sources

S Este título precursor ofrece a los usuarios y productores de estadísticas de turismo, y a aquellos interesados en las estadísticas laborales en general, un volumen completo sobre la medición del empleo en el sector turístico. Contiene información sobre metodología y descripciones del empleo, los salarios y los horarios de trabajo en el sector. Las definiciones se refieren a todas las fuentes estadísticas importantes, así como a los métodos utilizados por los países para computar estas variables. Este estudio es el primero de tres que se derivarán de un proyecto conjunto entre la OIT y la OMT para mejorar los métodos nacionales de recopilación de datos sobre empleo en el sector turístico y recopila la información de cuestionarios enviados a más de 200 países y territorios.

F Cette publication a été conçue pour fournir aux utilisateurs des statistiques du tourisme, et à tous ceux qui s'intéressent aux statistiques de l'emploi, un ensemble d'informations sur la mesure de l'emploi dans le tourisme. Elle contient des informations méthodologiques et des descriptions de l'emploi, des salaires et des heures de travail dans les industries touristiques. Les définitions proviennent des principales sources statistiques, de même que les méthodes appliquées par les pays pour calculer ces variables. Cette étude est le premier des trois volumes qui seront publiés dans le cadre d'un projet mené par l'OIT et l'OMT afin d'améliorer les méthodes nationales de collecte des données sur l'emploi dans les industries touristiques. Les informations ont été recueillies au moyen de questionnaires fournis par plus de 200 pays et territoires.

Índice

- Estadísticas nacionales
- Lista de países y territorios
- Cuestionarios de la OMT y OIT: Una nota general
- Estadísticas de empleo, salarios y horarios de trabajo en el sector turístico (cuestionarios)
 1. Componentes derivados de modelos de encuestas sobre mano de obra u otros modelos de encuestas de hogares
 2. Derivadas de encuestas sobre establecimientos
 3. Ingresos relacionados con el empleo de las personas que trabajan en el sector turístico, derivadas de registros administrativos y fuentes afines

Table des matières

- Statistiques nationales
- Liste des pays et territoires
- Questionnaire OMT/OIT: Note générale
- Statistiques de l'emploi, des salaires et des heures de travail dans les industries touristiques (questionnaires)
 1. Composantes provenant des enquêtes sur la population active et d'autres enquêtes fondées sur les ménages.
 2. Provenant des enquêtes auprès des établissements.
 3. Issues des registres administratifs et d'autres sources

Concepts, Definitions and Classifications for Tourism Statistics – Technical Manual No. 1

Conceptos, definiciones y clasificaciones de las estadísticas de turismo – Manual técnico No. 1	1995 126 p. € 25
Concepts, définitions et classifications des statistiques du tourisme – Manuel technique No. 1	ISBN English: 978-92-844-0103-1 ISBN Spanish: 978-92-844-0240-3 ISBN French: 978-92-844-0188-8 ISBN Russian: 978-92-844-0189-5

The aim of this publication is to reflect about the main steps which have led to this historical achieve establishing the “vocabulary and grammar” of a common language for tourism statistics by presenting a framework of interrelated concepts, definitions and classifications. Actual terms, definitions and classifications are presented with reference to detailed discussions. Furthermore the main concepts and definitions with respect to tourism are presented and discussed. Special attention is given to the concepts of international tourism, domestic tourism and same-day visits. Finally an inventory of the key characteristics of tourism is given and variables and classifications are presented and explained against this background, as well as to outline the steps still to go.

Este informe establece “el vocabulario y la gramática” de un lenguaje común para las estadísticas de turismo presentando un marco de conceptos, definiciones y clasificaciones interrelacionados y posteriormente debatidos. Además se tratan los principales conceptos y definiciones relativos al turismo. Se otorga una atención especial a los conceptos de turismo internacional, turismo interno y visitas de un día. Por último, se inicia con un breve inventario de las características más importantes del turismo. Sobre esta base se presentan y explican las variables y clasificaciones.

Ce manuel établit le «vocabulaire et la grammaire» d'un langage commun à utiliser pour les statistiques du tourisme en présentant une structure de concepts, définitions et classifications interdépendants. Le chapitre 2 présente les termes, définitions et classifications actuelles. Le chapitre 3 présente et discute les principaux concepts et définitions concernant le tourisme. Une attention particulière est accordée aux concepts de tourisme international, de tourisme interne et de visites de la journée. Enfin, le chapitre 4 commence par un bref inventaire des caractéristiques clés du tourisme.

Collection of Domestic Tourism Statistics – Technical Manual No. 3

Recopilación de las estadísticas de turismo interno – Manual técnico No. 3	1995 126 p. € 25
Rassemblement des statistiques du tourisme interne – Manuel technique No. 3	ISBN English: 978-92-844-0105-5 ISBN Spanish: 978-92-844-0242-7 ISBN French: 978-92-844-0158-1 ISBN Russian: 978-92-844-0192-5

This manual provides a set of guidelines to establish statistical programmes in countries. The conceptual framework and methodological guidelines included in the manual are consistent with the concepts and definitions followed in other areas of economic statistics and are intended to be simple, specific and flexible enough for adoption by all countries, particularly developing countries.

Este manual facilita una serie de directrices para establecer programas estadísticos nacionales. El marco conceptual y las directrices metodológicas del manual concuerdan con los conceptos y las definiciones observadas en otros campos de las estadísticas económicas y tratan de ser lo suficientemente sencillos, específicos y flexibles para su adopción por todos los países, en especial por los países en desarrollo.

Ce manuel fournit un ensemble de principes directeurs pour l'élaboration de programmes de statistiques dans les pays. Le cadre conceptuel et les lignes méthodologiques sont cohérents avec les concepts et définitions retenus dans d'autres domaines des statistiques économiques et ont été conçus dans un souci de simplicité, spécificité et souplesse permettant leur adoption par tous les pays, en particulier les pays en développement.

Collection of Tourism Expenditure Statistics – Technical Manual No. 2

Compilación de las estadísticas del gasto turístico – Manual técnico No. 2	1995 104 p. € 25
Rassemblement des statistiques de la dépense touristique – Manuel technique No. 2	ISBN English: 978-92-844-0106-2 ISBN Spanish: 978-92-844-0241-0 ISBN French: 978-92-844-0190-1 ISBN Russian: 978-92-844-0191-8

The *Technical Manual No. 2* provides technical guidance on methods for collecting data on tourism expenditures (for domestic and international tourism) including techniques for data compilation, analysis and presentation. It includes two introductory chapters on concepts, definitions and classifications of tourism expenditure and a description of the use of this data for tourism policy and economic analysis.

Este manual ofrece una orientación técnica sobre los métodos de acopio de datos sobre gastos de turismo (para el turismo interno e internacional), e incluye técnicas para el acopio, análisis y presentación de los datos. El manual incluye también dos capítulos de introducción sobre conceptos, definiciones y clasificaciones del gasto turístico, así como una descripción del uso de estos datos para la política turística y el análisis económico.

Ce manuel fournit des orientations techniques sur les méthodes de rassemblement des données en matière de dépenses touristiques (tourisme interne et international), dont notamment les techniques de rassemblement, d'analyse et de présentation des données. Il comprend deux chapitres d'introduction sur les concepts, définitions et classifications de la dépense touristique et une description de l'utilisation de ces données aux fins de politiques touristiques et d'analyse économique.

Collection and Compilation of Tourism Statistics – Technical Manual No. 4

Acopio y compilación de las estadísticas de turismo – Manual técnico No. 4	1995 150 p. € 25
Rassemblement et présentation des statistiques du tourisme – Manuel technique No. 4	ISBN English: 978-92-844-0104-8 ISBN Spanish: 978-92-844-0243-4 ISBN French: 978-92-844-0159-8 ISBN Russian: 978-92-844-0193-2

This publication assists National Tourism Administrations, National Statistical Organizations and private sector organizations in measuring tourism. It covers inbound and outbound tourism demand, domestic tourism demand, the supply side of tourism (tourism product) and the economic benefits of tourism.

Este manual sirve de ayuda a las administraciones nacionales de turismo, organizaciones estadísticas nacionales y organismos del sector privado para evaluar la importancia del turismo. Los capítulos cubren la demanda del turismo receptor, del turismo emisor y del turismo interno, así como la oferta turística (producto turístico) y los beneficios económicos del turismo.

Ce manuel est destiné à aider les Administrations nationales de tourisme, les organisations nationales de statistiques et les organisations du secteur privé à mesurer le tourisme. Les différents chapitres portent successivement sur la demande de tourisme récepteur et émetteur, la demande du tourisme interne, le côté de l'offre de tourisme (produit touristique) et les avantages économiques du tourisme. Il comprend un glossaire et une bibliographie d'ouvrages de référence.

Set: Technical Manuals 1 – 4

2009 | 4 reports: € 75

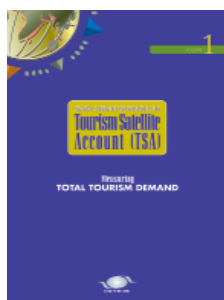
ISBN Collection of 4 reports:

Colección: Manuales técnicos 1 – 4 | Collection: Manuels techniques 1 – 4

English: 978-92-844-1327-0
Spanish: 978-92-844-1328-7
French: 978-92-844-1329-4
Russian: 978-92-844-1330-0

Measuring Total Tourism Demand (Volume I) and Measuring Total Tourism Supply (Volume II)

Medición de la demanda turística total (Volumen I) y Medición de la oferta turística (Volumen II)
Mesure de la demande touristique totale (volume I) et Mesure de l'offre touristique (volume II)



Measuring Total Tourism Demand – General Guidelines, Volume I

2000 | 118 p. | € 25

ISBN English: 978-92-844-0388-2
ISBN Spanish: 978-92-844-0397-4
ISBN French: 978-92-844-0396-7

Measuring Total Tourism Supply – General Guidelines, Volume II

2000 | 124 p. | € 25

ISBN English: 978-92-844-0383-7
ISBN Spanish: 978-92-844-0400-1
ISBN French: 978-92-844-0398-1

E The General Guidelines for Developing the Tourism Satellite Account (TSA), are designed for those countries interested in implementing a TSA. They provide basic information on concepts, definitions, classifications and possible sources of information to be used and also explain how the proposed tables should be elaborated thus ensuring that harmonization and comparability of tourism results can be reached at the international level.

Volume I focuses on tourism aspects from the demand perspective while **Volume II** focuses on goods and services which are relevant to the analysis of visitor consumption and, specifically, to tourism characteristic activities that produce such goods and services. It takes into consideration all subjects related to visitor consumption on the supply perspective.

Contents, General Guidelines Volume I

- Technical Document No. 1:
 - Visitor consumption
 - Main categories of visitor on-trip expenditure
 - Expenditure estimation methods
- Technical Document No. 2:
 - Some definitions from the TSA:
 - An approach to tourism demand
 - Topics presented and discussed
 - From theory to practice: How to approach the measurement of total tourism

Contents, General Guidelines Volume II

- Technical Document No. 3:
 - Supply statistics programme goals and justifications
 - Overview of tourism from the supply side
 - National tourism economic activities information requirements
 - Data collection programme content
 - Completing the TSA supply-based tables
 - Meeting tourism supply information needs
 - Assembling a master tourism establishments registry
 - Evaluating alternative data collection methods
- Technical Document No. 4:
 - Basic concepts of measurement
 - The analytical framework

S La obra Orientaciones Generales para la Elaboración de la Cuenta Satélite de Turismo (CST) está destinada a los países interesados en crear una CST. Facilita información básica sobre los conceptos, las definiciones, las clasificaciones y las fuentes de información que deben usarse con ese fin. También se explica cómo deben elaborarse los cuadros propuestos con el fin de lograr la armonización y la comparabilidad de los resultados turísticos a escala internacional.

El **volumen I** se centra en los aspectos turísticos desde la perspectiva de la demanda mientras que el **volumen II** se centra en los bienes y servicios de interés para el análisis del consumo de los visitantes y, más concretamente, en las actividades características del turismo que producen esos bienes y servicios. Este volumen se ocupa de todos los temas relacionados con el consumo de los visitantes en la perspectiva de la oferta.

F Les Orientations générales pour l'élaboration d'un compte satellite du tourisme (CST) (volumes I et II) sont destinées aux pays qui souhaitent créer un CST. Elles fournissent les informations essentielles sur les concepts, les définitions, les classifications et les éventuelles sources à utiliser.

Le **volumen I** se concentre sur les aspects du tourisme du point de vue de la demande. Le **volumen II** est consacré aux biens et services qui interviennent dans l'analyse de la consommation des visiteurs et, tout particulièrement, aux activités caractéristiques du tourisme qui les produisent. Il aborde tous les sujets liés à la consommation des visiteurs du point de vue de l'offre.

Table des matières, volume I

- Document technique n° 1 :
 - Consommation des visiteurs
 - Principales catégories de dépenses des visiteurs pendant le voyage
 - Méthodes d'estimation des dépenses
- Document technique n° 2 :
 - Quelques définitions extraites du CST : une approche conceptuelle de la demande touristique
 - Sujets présentés et discutés
 - De la théorie à la pratique : comment aborder l'évaluation de la demande

Table des matières, volume II

- Document technique n° 3 :
 - Objectifs et justifications du programme de statistiques de l'offre
 - Vue d'ensemble du tourisme sous l'angle de l'offre
 - Exigences d'informations sur les activités économiques du tourisme national
 - Contenu du programme de collecte des données
 - Remplir les tableaux du CST axés sur l'offre
 - Répondre aux besoins d'informations sur l'offre touristique
 - Constituer un registre général des établissements touristiques
 - Évaluer d'autres méthodes de collecte des données
- Document technique n° 4 :
 - Concepts de base en matière d'évaluation
 - Cadre analytique

Índice de Volumen I

- Documento técnico núm. 1:
 - Consumo de los visitantes
 - Principales categorías del gasto en viaje de los visitantes
 - Estimación del gasto
- Documento técnico núm. 2:
 - Algunas definiciones de la CST: Un planteamiento conceptual de la demanda turística
 - Temas presentados y tratados
 - De la teoría a la práctica: cómo plantear la evaluación de la demanda turística total

Índice de Volumen II

- Documento técnico núm. 3:
 - Objetivos y justificación de un programa de estadísticas sobre la oferta
 - Panorama del turismo desde el punto de vista de la oferta
 - Necesidades de información sobre las actividades económicas nacionales de turismo
 - Contenido del programa de acopio de datos
 - Completar los cuadros de la CST basados en la oferta
 - Atender las necesidades de información sobre la oferta turística
 - Organizar un registro maestro de establecimientos turísticos
 - Evaluación de otros métodos de acopio de datos
- Documento técnico núm. 4:
 - Conceptos básicos de la evaluación
 - La estructura analítica



2003 | 240 p. | € 30

ISBN English: 978-92-844-0617-3

E The purpose of this research was to examine various experiences relative to statistical operations used to estimate visitor expenditure associated with inbound tourism. In some of the cases which were analysed, estimating expenditure is the main aim of these operations; in others, this estimation is just one of the uses of a questionnaire basically designed for other purposes. Under the coordination of UNWTO the following countries participated in the preparation of this report: Canada, Spain, Sweden, Finland, France, Italy, Mexico and the United States of America.

Contents

- Comparative analysis of questionnaires and methodologies
- Comparative analysis of questionnaires
 - Transmission of questionnaires and their homogenisation
 - Comparative analysis of methodologies
 - Design of a manual to collect information on the methodological aspects
- UNWTO proposal of a survey in order to estimate visitor expenditure associated to inbound tourism
 - General guidelines for its implementation
 - Methodological framework

S El propósito de esta investigación era examinar diversas experiencias relacionadas con estudios estadísticos empleados para estimar el gasto de los visitantes relacionado con el turismo receptor. En algunos de los casos analizados, estimar el gasto es el principal objetivo de esos estudios; en otros, la estimación es sólo uno de los usos de un cuestionario elaborado básicamente con otros fines. En la preparación del informe han participado, bajo la coordinación de la OMT, los siguientes países: Canadá, España, Suecia, Finlandia, Francia, Italia, México y los Estados Unidos de América.

Índice

- Análisis comparativo de los cuestionarios y las metodologías
- Análisis comparativo de los cuestionarios
 - Transmisión de cuestionarios y homogeneización
- Análisis comparativo de metodologías
 - Preparación de un manual para recabar información sobre los aspectos metodológicos
- Encuesta propuesta por la OMT para estimar el gasto de los visitantes asociados al turismo receptor
 - Directrices generales para su aplicación
- Marco metodológico

F Cette étude a pour but d'examiner différentes expériences d'application de méthodes statistiques pour évaluer les dépenses des visiteurs associées au tourisme récepteur. Dans certains des cas analysés, l'évaluation de ces dépenses est le principal objectif visé tandis que dans d'autres, elle n'est qu'un des usages qui est fait d'un questionnaire essentiellement conçu à d'autres fins.

Sous la coordination de l'OMT, les pays suivants ont participé à l'élaboration du rapport: Canada, Espagne, Suède, Finlande, France, Italie, Mexique et États-Unis d'Amérique.

Table des matières

- Analyse comparative des questionnaires et des méthodes
- Analyse comparative des questionnaires
 - Transmission et homogénéisation des questionnaires
- Analyse comparative des méthodes
 - Conception d'un manuel pour rassembler des informations sur les aspects méthodologiques
- Enquête proposée par l'OMT pour évaluer les dépenses des visiteurs associées au tourisme récepteur
 - Grands principes directeurs de son utilisation
- Cadre méthodologique

Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry – Developing a TSA Extension

Evaluación de la importancia económica del sector de las reuniones – Una extensión de la Cuenta Satélite de Turismo | L'évaluation du poids économique du tourisme de réunions – Création d'une extension du compte satellite du tourisme



2006 | 98 p. | € 30

ISBN English: 978-92-844-1195-5

ISBN Spanish: 978-92-844-1197-9

E The Meetings Industry has emerged over recent decades as an important contributor to national economies. It is perceived as a significant and growing component of tourism and other industries and yet little reliable and consistent data exist to support this perception. In an attempt to rectify this gap, this study is a contribution on how the Tourism Satellite Account can be used as a tool to measure the tourism connection of the Meetings Industry. The objectives are to provide an understanding of the global Meetings Industry with particular attention to the measurement of the economic importance of the industry. It gives therefore an overview of the current measurement of the global Meetings Industry and the inherent gaps in this, it provides a summary of the demand and supply and examines the use of these data in developing a model for evaluating the economic contribution of the Meetings Industry in macroeconomic terms.

Contents

- Evaluation of the Economic Contribution of the Meetings Industry
- Framework for an Evaluation of the Meetings Industry
- Proposed Broad Methodological Steps and Further Issues to be Considered

S El sector de las reuniones se ha convertido en las últimas décadas en un elemento importante de la economía de un país. Se trata de un componente significativo y en continuo crecimiento del turismo y otras ramas de actividad y, sin embargo, son pocos aún los datos fiables y coherentes que existen para respaldar esa percepción. En un intento de corregir esas lagunas, este estudio constituye una aportación destacada para examinar cómo la CST puede servir de herramienta de análisis en la evaluación de la conexión del sector de las reuniones con el turismo. El objetivo es intentar conocer mejor el sector de las reuniones mundial, prestando especial atención a la evaluación de la importancia económica del mismo. Ofrece, por lo tanto, un panorama general de la evaluación actual del sector de las reuniones y las lagunas inherentes y un resumen de los datos de la oferta y la demanda, además de examinar el uso de estos datos desarrollando un modelo que permita evaluar la contribución económica del sector de las reuniones en términos macroeconómicos.

Índice

- Utilización de la CST para evaluar la contribución económica del sector de las reuniones
- Marco para una evaluación del sector de las reuniones
- Grandes pasos metodológicos propuestos y otras cuestiones que deben examinarse

F Au fil des toutes dernières décennies, le tourisme de réunions est devenu un poste important de l'économie nationale. Il est considéré comme une composante de poids et en plein essor du secteur touristique et d'autres branches d'activité. Or, à l'appui de ce point de vue, il existe peu de données fiables et systématiques. Faute de notions et de définitions cohérentes ainsi que de statistiques, il est impossible d'évaluer avec précision cette activité. Tentant de combler cette lacune, l'étude dont il s'agit ici contribue à faire comprendre comment le compte satellite du tourisme pourrait servir d'instrument d'analyse pour évaluer les relations du tourisme de réunions avec le reste du secteur touristique.

L'étude en question offre une vue d'ensemble de son évaluation actuelle et des déficiences inhérentes à cette dernière. En outre, elle fournit une synthèse des données de la demande et de l'offre et elle examine l'exploitation de ces données pour la création d'un modèle d'évaluation de la contribution macroéconomique du tourisme de réunions.

Table des matières

- L'évaluation de la contribution du tourisme de réunions à l'économie
- Le cadre d'évaluation du tourisme de réunions
- Les grandes étapes méthodologiques proposées et les autres questions à prendre en considération



~ 200 p. each | € 30 each | 5 reports € 100

This Series is available in English, only.

ISBN Collection of 5 reports: 978-92-844-1191-7

ISBN Vol. I: 978-92-844-0423-0

ISBN Vol. II: 978-92-844-0539-8

ISBN Vol. III: 978-92-844-0642-5

ISBN Vol. IV: 978-92-844-0729-3

ISBN Vol. V: 978-92-844-1121-4

E This series has been designed to serve as a platform for familiarizing statisticians and economic analysts interested in tourism with UNWTO's Tourism Satellite Account (TSA) Project. In five volumes UNWTO provides on an annual basis useful and actual information. In particular, guidelines drawn up by the UNWTO for the development of national Systems of Tourism Statistics (STSs) and of the TSA and activities carried out by the various Working Groups of UNWTO's Committee on Statistics during the year. It includes in addition some especially noteworthy articles published mostly outside mainstream journals.

Contents

- System of Tourism Statistics (STS)
 - Household Budget Surveys as a means of measuring visitor expenditure
 - Estimating Domestic Tourism Expenditure in Developing Economies
 - Measuring international visitor's expenditure in Australia's regions
- Tourism Satellite Account (TSA) Project
 - U.S. Travel and TSAs for 1996 and 1997
 - Macroeconomic indicators for the measurement of tourism: A UNWTO Proposal

S Esta colección es una plataforma que permite a los especialistas en estadística y análisis económico interesados en el turismo familiarizarse con el proyecto de la cuenta satélite de turismo (CST) de la OMT. En cinco volúmenes, la OMT suministra información útil y fidedigna con una regularidad anual. En concreto, se presentan directrices elaboradas por la OMT para la creación de sistemas de estadísticas de turismo (SET) nacionales y CST, actividades realizadas durante el año por los diversos grupos de trabajo del Comité de Estadísticas de la OMT y algunos artículos especialmente destacados, publicados en su mayoría fuera de las revistas de mayor difusión.

Índice

- Sistema de estadísticas de turismo (SET); Encuesta de gasto de los hogares como medio de cuantificar el gasto de los visitantes; Estimación del gasto por turismo interno en las economías de países en desarrollo; Evaluación del gasto de los visitantes internacionales en las regiones de Australia
- El proyecto de CST; La cuenta satélite de viajes y turismo de los EE.UU. (1996 y 1997); Indicadores macroeconómicos para la evaluación del turismo: Una propuesta de la OMT

F Cette publication périodique est conçue pour servir aux statisticiens et aux analystes économiques s'intéressant au tourisme à se familiariser avec le projet du compte satellite du tourisme de l'OMT. En plus de 200 pages, l'OMT fournit ainsi tous les ans les dernières informations utiles en la matière, notamment sur les principes directeurs qu'elle a rédigés pour la mise en place et le développement des systèmes nationaux de statistiques du tourisme (SST) et du compte satellite du tourisme (CST) et sur les activités, au cours des 12 derniers mois, des divers groupes de travail de son Comité des statistiques et de l'analyse macroéconomique du tourisme.

Table des matières

- Le système de statistiques du tourisme (SST); L'enquête sur le budget familial, moyen d'évaluer les dépenses des visiteurs; L'estimation des dépenses du tourisme interne dans les économies en développement; L'évaluation des dépenses du visiteur international dans les régions australiennes
- Les statistiques relatives à l'emploi des activités liées au tourisme
- Le projet du CST; Le compte satellite des voyages et du tourisme des États-Unis (1996 et 1997); Les indicateurs macroéconomiques pour l'évaluation du tourisme : proposition de l'OMT

Tourism Satellite Account – Recommended Methodological Framework

Cuenta satélite de turismo – Recomendaciones sobre el marco conceptual | Compte satellite du tourisme – Recommandations concernant le cadre conceptuel



2001 | 138 p. | € 25

ISBN English: 978-92-844-0437-7

ISBN Spanish: 978-92-844-0446-9

ISBN French: 978-92-844-0445-2

ISBN Russian: 978-92-844-0447-6

ISBN Arabic: 978-92-844-0448-3

ISBN Chinese: 978-92-844-0449-0

E Aiming at preparing a sound basis for the international assessment of the economic impact of tourism, the UNWTO prepared in collaboration with the Statistical Office of the European Communities and the Organization for Economic Cooperation and Development this *Recommended Methodological Framework*, adopted by United Nations Statistical Commission in 2000. The publication describes in a comprehensive and practical manner a set of recommendations for countries, wishing to implement the Tourism Satellite Accounts. It includes the basic system of classifications, general guidelines, definitions, tables and aggregates linked to the standard tables of the United Nations System of National Accounts.

Contents

- System of tourism statistics and tourism satellite account
 - Tourism collective consumption
 - Tourism gross fixed capital formation
- Content and structure of the Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework
 - The supply perspective: Concepts and definitions
 - Tourism-specific products and activities
 - Tourism industries
- The demand perspective: Concepts and definitions
 - Visitors
 - Visitor consumption

S Con el fin de crear una base sólida para la evaluación internacional de la incidencia económica del turismo, y en colaboración con la Oficina de Estadística de las Comunidades Europeas y con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, la OMT preparó estas *Recomendaciones sobre el Marco Conceptual* que adoptó la Comisión Estadística de la ONU en 2000. La publicación describe de forma completa y práctica una serie de recomendaciones para los países que deseen establecer una cuenta satélite de turismo. En ella figuran el sistema básico de clasificaciones, las directrices generales, las definiciones, los cuadros y los agregados vinculados a los cuadros normalizados del Sistema de Cuentas Nacionales de la ONU.

Índice

- Sistema de Estadística de Turismo y Cuenta satélite de turismo
- Contenido y estructura de la CST: Recomendaciones sobre el marco conceptual
- La perspectiva de la demanda: Conceptos y definiciones; Los visitantes; Consumo del visitante; Consumo colectivo turístico; Formación bruta de capital fijo turística
- La perspectiva de la oferta: Conceptos y definiciones; Productos y actividades específicos del turismo; Industrias turísticas

F Ayant pour but de jeter des bases solides pour l'évaluation internationale du poids économique du tourisme, l'OMT a élaboré, avec le concours de l'Office statistique des Communautés européennes et de l'Organisation de coopération et de développement économiques, ces *Recommandations concernant le cadre conceptuel* du CST, que la Commission de statistiques de l'ONU a adoptées en 2000. Cet ouvrage formule de façon concrète et exhaustive une série de recommandations destinées aux pays souhaitant mettre en place un compte satellite du tourisme. Il comprend le système de classifications de base, les orientations générales, les définitions, les tableaux et les agrégats compatibles avec les tableaux classiques du Système de comptabilité nationale de l'ONU.

Table des matières

- Système de statistiques du tourisme et compte satellite du tourisme
- Contenu et structure du Compte satellite du tourisme: recommandations concernant le cadre conceptuel
- L'approche par la demande: concepts et définitions; Les visiteurs; Consommation des visiteurs; Consommation touristique collective; Formation brute de capital fixe du tourisme
- L'approche par l'offre: concepts et définitions; Produits et activités spécifiques au tourisme; Industries touristiques

International Conference on Tourism, Religions and Dialogue of Cultures (Cordoba, 29 – 31 October 2007)

Conferencia internacional sobre turismo, religiones y diálogo entre culturas (Córdoba, 29 – 31 de octubre 2007)
Conférence internationale sur le tourisme, les religions et le dialogue des cultures (Cordoue, 29 – 31 octobre 2007)



2008 | 238 p. | € 32

This publication contains papers in English, Spanish and French.

ISBN trilingual: 978-92-844-1279-2

E At the invitation of the Government of Spain, the World Tourism Organization (UNWTO) organized the International Conference on Tourism, Religions and Dialogue of Cultures. This Conference was held in Cordoba, Spain, from 29 to 31 October 2007 in cooperation with the Ministry of Industry, Tourism and Commerce, the Junta of Andalusia and the Municipality of Cordoba.

The present publication contains the speeches and presentations in English, Spanish and French delivered at the Conference, as well as initiatives and case studies featured in the three panels of the event: (a) Tourism, Religions and the Dialogue of Civilizations, (b) Religious Tourism and (c) Sustainability of Religious Tourism Destinations.

Contents

- Part I
 - Opening Ceremonies
 - Session A – Tourism, Religions and the Dialogue of Civilizations
 - Session B – Religious Tourism
 - Session C – Sustainability of Religious Tourism Destinations
- Part II
 - Tourism and Religions: A Contribution to the Dialogue Among Religions, Cultures and Civilizations – Summary of the Report Prepared in the Context of the Conference

S Por invitación del Gobierno de España, la Organización Mundial del Turismo (OMT) organizó la Conferencia Internacional sobre Turismo, Religiones y Diálogo entre las Culturas. Esta Conferencia se celebró en Córdoba (España) del 29 al 31 de octubre de 2007, en cooperación con el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, la Junta de Andalucía y el Ayuntamiento de Córdoba.

La presente publicación contiene las ponencias y comunicaciones presentadas durante la Conferencia, así como las iniciativas y los estudios de casos prácticos de los tres grupos del evento: a) turismo, religiones y diálogo de civilizaciones, b) turismo religioso, y c) sostenibilidad de los destinos de turismo religioso.

Índice

- Parte I
 - Ceremonias de inauguración
 - Sesión A – Turismo, religiones y diálogo de civilizaciones
 - Sesión B – Turismo religioso
 - Sesión C – Sostenibilidad de los destinos de turismo religioso
- Parte II
 - Turismo y religiones: contribución al diálogo entre religiones, culturas y civilizaciones – Resumen del informe preparado en el contexto de la Conferencia.

F Sur invitation du gouvernement espagnol, l'OMT a organisé une Conférence internationale sur le tourisme, les religions et le dialogue entre les cultures. Cette conférence, qui s'est tenue à Cordoue (Espagne) du 29 au 31 octobre 2007, a été réalisée en coopération avec le ministère espagnol de l'Industrie, du tourisme et du commerce, le gouvernement régional andalou et la municipalité de Cordoue.

La présente publication contient les discours et les présentations réalisés pendant la Conférence ainsi que les initiatives et les études de cas présentées par les trois groupes constitués à cette occasion : a) Tourisme, religions et dialogue entre civilisations, b) Tourisme religieux et c) Durabilité des destinations touristiques religieuses.

Table des matières

- Première partie
 - Cérémonies d'ouverture
 - Session A – Tourisme, religions et dialogue entre civilisations
 - Session B – Tourisme religieux
 - Session C – Durabilité des destinations touristiques religieuses
- Deuxième partie
 - Tourisme et religions : une contribution au dialogue entre les religions, cultures et civilisations – Résumé du rapport préparé dans le contexte de la conférence

World Tourism Conference – Tourism Success Stories and Shooting Stars (Kuala Lumpur, 4 – 6 June 2007)

Conferencia Mundial del Turismo – Éxitos turísticos y estrellas fugaces (Kuala Lumpur, 4 – 6 de junio 2007)
Conférence mondiale sur le tourisme – Histoires de réussites et étoiles filantes (Kuala Lumpur, 4 – 6 juin 2007)



2008 | 282 p. | € 32

ISBN English: 978-92-844-1278-5

E This conference demonstrated the tourism industry's vital role for future society through its unity and enlightened new ideas for sustainable development amongst leaders of the industry.

Tourism is engaged with key universal concerns such as poverty alleviation and climate change. As the tourism sector continues to change both internally and externally, tourism practitioners around the world are developing more robust solutions to address these key issues. The conference was organized in line with these trends and provided participants with more tangible and effective new ideas for future development. Four key areas have been highlighted (sustainable growth, marketing, product development and partnership) by experts from the public and private sector with innovative information. The World Tourism Conference was jointly organized by the UNWTO and the Ministry of Culture and Tourism in Kuala Lumpur, Malaysia.

Contents

- Background
- Papers and Presentations
- Keynote Speeches
- Technical Sessions: 1. Propelling Sustainable Growth through Tourism
- 2. Succeeding in Global Tourism (Lessons in Marketing)
- 3. Success in Product Development and Diversification
- 4. Successful Partnership – Strategies for Collaboration

S La Conferencia Mundial del Turismo, organizada por la OMT y el Ministerio de Cultura y Turismo en junio de 2007 en Kuala Lumpur (Malasia), demostró el papel fundamental que el turismo puede tener en la sociedad del futuro si actúa unido y desveló a los líderes del sector nuevas ideas sobre el desarrollo sostenible.

El turismo está comprometido con preocupaciones universales clave como la atenuación de la pobreza y la lucha contra el cambio climático. Aunque el sector sigue transformándose interna y externamente, los profesionales del mundo entero están desarrollando soluciones más contundentes para afrontar estos problemas. La conferencia se organizó partiendo de estas tendencias y ofreció a los participantes nuevas ideas, más tangibles y efectivas, sobre el desarrollo futuro. Se subrayaron especialmente cuatro áreas: el crecimiento sostenible, el marketing, el desarrollo de productos y las asociaciones.

Índice

- Antecedentes
- Ponencias y comunicaciones
- Conferencias magistrales
- Sesiones técnicas: 1. El turismo como propulsor del crecimiento sostenible 2. El éxito en el turismo mundial (lecciones de marketing) 3. El éxito en el desarrollo y la diversificación de productos 4. Asociaciones fructíferas y estrategias de colaboración

F Organisée sur le thème Histoires de réussites et étoiles filantes, cette grande conférence a mis en lumière le rôle crucial qu'un secteur touristique uni peut jouer dans la société de demain et a fait surgir chez les leaders du secteur de nouvelles idées sur le développement durable.

Le tourisme engagé face à de grands enjeux mondiaux comme la réduction de la pauvreté et le changement climatique. Alors que les changements internes comme externes se poursuivent dans le secteur touristique, les praticiens du tourisme, partout dans le monde, élaborent des réponses plus solides à ces grands enjeux. La conférence a été organisée en fonction de ces tendances et a apporté aux participants de nouvelles idées plus concrètes et plus efficaces pour le développement futur du tourisme.

Dans cette perspective, quatre grands thèmes ont été retenus, à savoir la croissance durable, le marketing, le développement de produits et le partenariat. Au cours de ces trois jours de conférence, chacun de ces thèmes novateurs et instructifs a été traité par 24 experts issus du secteur public et du secteur privé, et a ensuite été débattu par un groupe de discussion.

Organisée conjointement par l'OMT et le ministère malaisien de la Culture et du Tourisme, la Conférence mondiale sur le tourisme s'est déroulée du 4 au 6 juin 2007 à Kuala Lumpur, (Malaisie).

International Conference on Metropolitan Tourism (Shanghai, 17 – 18 November 2006)

Conferencia Internacional sobre Turismo Metropolitano (Shanghai, 17 – 18 de noviembre 2006)

Conférence internationale sur le tourisme métropolitain (Shanghai, 17 – 18 novembre 2006)



2008 | 294 p. | € 32

This publication contains papers in English and Chinese.

ISBN bilingual: 978-92-844-1273-0

E The *International Conference on Metropolitan Tourism* which was held in Shanghai, China, from 17 – 18 November 2006 was the first of UNWTO's three international conferences aimed at providing a blueprint for the development of city tourism in Asia. It was organized in conjunction with the China National Tourism Administration (CNTA) and Shanghai Institute of Tourism. Discussions centred on various aspects of metropolitan tourism such as capacity-building, safety and security, demand and supply, sustainability in city development, competitiveness of cities and the effect of large festivals and special events on tourism development. Speakers analysed issues ranging from how best to market and promote cities (especially to important growth sectors such as the conventions and MICE markets) to the benefits of staging mega events and discussed making tourism an integral part of the planning and development process and how to involve the local community.

Contents

- Background
- Objectives, Organization and structure of the Conference
- Part 1: Technical Presentations
- Part 2: Presentations in Chinese and Panel Sessions
- Research on Urban Tourism Development Strategy

S La *Conferencia Internacional sobre Turismo Metropolitano*, celebrada en Shanghai (China) en noviembre de 2006, fue la primera de tres conferencias internacionales de la OMT destinadas a sentar las bases para el desarrollo del turismo urbano en Asia. Se organizó junto con la ANT de China y el Instituto de Turismo de Shanghai. Los debates estuvieron centrados en aspectos del turismo metropolitano, como la capacitación, la seguridad, la oferta y la demanda, la sostenibilidad del desarrollo urbanístico, la competitividad de las ciudades y el efecto de los grandes festivales y los eventos especiales en el desarrollo del turismo. Los ponentes analizaron también cuestiones que iban desde la mejor forma de comercializar y promocionar las ciudades (especialmente en mercados de importante crecimiento como son el de los congresos y el de las reuniones), hasta las ventajas de celebrar grandes eventos. También se habló de hacer del turismo un componente integral de los procesos de planificación y de desarrollo y de cómo involucrar a las comunidades locales.

Índice

- Antecedentes
- Objetivos, Organización y estructura de la Conferencia
- Parte 1: Comunicaciones técnicas
- Parte 2: Comunicaciones en chino y sesiones temáticas
- Investigación sobre estrategia de desarrollo del turismo urbano

F Cette conférence, tenue en 2006 à Shanghai (Chine), a été la première de trois conférences organisées par l'OMT afin d'offrir un modèle de développement du tourisme urbain en Asie. Elle a été organisée conjointement par l'ANT de Chine et l'Institut du tourisme de Shanghai. Les débats ont porté sur différents aspects du tourisme métropolitain, tels que le renforcement des capacités, la sécurité et la protection des touristes, l'offre et la demande, le développement durable des villes et l'impact des grands festivals et des manifestations spéciales sur le développement du tourisme. Les orateurs ont analysé un ensemble de questions allant des moyens d'améliorer le marketing et la promotion des villes (en particulier sur d'importants marchés en expansion tels que le tourisme d'affaires et de congrès) aux retombées des très grandes manifestations pour les villes d'accueil. Ils ont débattu des moyens de faire en sorte que le tourisme devienne partie intégrante du processus de planification et de développement ainsi que de la participation de la communauté locale.

Table des matières

- Objectifs, organisation et structure de la conférence
- Première partie : Exposés techniques
- Seconde partie : Exposés en chinois et tables rondes
- Étude de stratégie pour le développement du tourisme urbain

International Conference on Metropolitan Tourism (Busan, 11 – 12 September 2007)

Conferencia Internacional sobre Turismo Metropolitano (Busan, 11 – 12 de septiembre 2007)

Conférence internationale sur le tourisme métropolitain (Busan, 11 – 12 septembre 2007)



2008 | 170 p. | € 27

ISBN English: 978-92-844-1274-7

E As part of UNWTO's pan-Asian research programme, the conference in Busan was convened following its first conference in Shanghai. The conference was jointly organized by the UNWTO in collaboration with Busan Development Institute, the Korea Culture and Tourism Institute and Ministry of Culture and Tourism on 11 – 12 September 2007 in the Republic of Korea. It addressed issues on developing a unique product and destination brand in urban tourism including marine, MICE and event tourism. The issue of the social impacts of tourism, particularly improving urban conditions, was also examined by national and international experts while focusing on the host city and several other Asian cities as examples.

Contents

- Metropolitan Tourism in Asia
- Tourism and MICE – Singapore
- International Film Festival Tourism
- Hong Kong's Success Stories
- Using Metropolitan Tourism for Improving City Life in Asia
- Busan Cases

S Como parte del programa panasiático de investigación de la OMT, se convocó en 2007 en la República de Corea una segunda conferencia sobre turismo metropolitano, después de la de Shanghai que fue organizada por la OMT en colaboración con el Instituto de Desarrollo de Busan, el Instituto de Cultura y Turismo de Corea y el Ministerio de Cultura y Turismo. Se abordaron cuestiones como el desarrollo del producto único y una marca del destino en el ámbito del turismo urbano, incluyendo el turismo portuario y el turismo de reuniones. La cuestión de la repercusión social, especialmente en cuanto a la mejora de las condiciones de la ciudad, fue examinada también por expertos nacionales e internacionales tomando la ciudad anfitriona y otras ciudades asiáticas como ejemplos.

Índice

- El turismo metropolitano en Asia
- El turismo y las reuniones – Singapur
- El turismo en el Festival Internacional de Cine
- Éxitos de Hong Kong
- Uso del turismo metropolitano para mejorar la vida de las ciudades en Asia
- Casos reales de Busan

F S'inscrivant dans le cadre du programme de recherche pan-asiatique de l'OMT, la conférence de Busan a fait suite à la première conférence sur le tourisme métropolitain qui s'est tenue l'an dernier à Shanghai. Organisée conjointement par l'OMT, l'Institut de développement de Busan, l'Institut coréen de la culture et du tourisme et le ministère coréen de la Culture et du Tourisme, cette conférence s'est déroulée les 11 et 12 septembre à Busan, en République de Corée.

Les questions traitées ont porté sur le développement d'un produit unique et d'une marque de destination touristique englobant le tourisme maritime, le tourisme d'affaires et de congrès (MICE) et le tourisme événementiel. La question des incidences sociales du tourisme, en particulier l'amélioration du cadre de vie urbain, a également été étudiée par des experts nationaux et internationaux, qui ont appuyé leur analyse sur l'exemple de la ville d'accueil de la conférence et de plusieurs autres villes asiatiques.

Table des matières

- Le tourisme métropolitain en Asie
- Le tourisme et l'activité de congrès (MICE)
- Le tourisme lié aux festivals internationaux de cinéma
- Hong Kong : exemples de réussite
- Tirer parti du tourisme métropolitain pour améliorer le cadre de vie urbain en Asie
- Études de cas à Busan

International Forum on Rural Tourism – Final Report (Guiyang, 4 – 6 September 2006)

Foro Internacional sobre Turismo Rural – Informe final (Guiyang, 4 – 6 de septiembre 2006)

Forum international du tourisme rural – Rapport final (Guiyang, 4 – 6 septembre 2006)



2008 | 254 p. | € 27

This publication contains papers in English, French and Chinese.

ISBN trilingual: 978-92-844-1275-4

E This publication collects the presentations given in the *International Forum on Rural Tourism* in Guiyang, China from 2 – 4 September 2006 organized by the UNWTO jointly with the China National Tourism Administration and the Guizhou Provincial Government, in collaboration with the World Bank. This forum was well thought-out to support the national agenda of 2006 as The Year for Rural Tourism in China.

The experts attending the Forum identified a major opportunity for Guizhou to further develop its rural tourism, analysed the influence of government policy and strategies on rural tourism development, and discussed on how to more effectively accelerate the sustainable development of rural communities. Dominant themes at the Forum were: stakeholder involvement, conservation and sustainability, product development, authenticity and quality and the role of governments and other official bodies.

Contents

- | | |
|--------------------------------|-----------------------------|
| – Objectives | – Conclusions |
| – Comments and Recommendations | – Opening Ceremony Speeches |
| – The Guiyang Declaration | – Forum papers |

S Esta publicación recopila las presentaciones del *Foro Internacional sobre Turismo Rural* de Guiyang (China), celebrado del 2 al 4 de septiembre 2006 y organizado por la OMT junto con la Administración Nacional de Turismo de China y el gobierno provincial de Guizhou, en colaboración con el Banco Mundial. El foro fue concebido para apoyar el programa nacional de 2006, designado como Año del Turismo Rural de China.

Los expertos que asistieron al Foro vieron grandes posibilidades de que Guizhou, la anfitriona del Foro, desarrollara en mayor medida el turismo rural, analizaron la influencia de las políticas y estrategias públicas sobre el desarrollo del turismo rural y departieron sobre el mejor modo de acelerar efectivamente el desarrollo sostenible de las comunidades rurales. Los temas más destacados del Foro fueron: la participación de los distintos agentes, la conservación y la sostenibilidad, el desarrollo de productos, la autenticidad y la calidad y el papel de los gobiernos y otros órganos oficiales.

Índice

- Objetivos
- Comentarios y recomendaciones
- La Declaración de Guiyang
- Conclusiones
- Discursos de la ceremonia inaugural
- Documentos del Foro

F Cette publication rassemble les exposés présentés au Forum international du tourisme rural qui s'est tenu à Guiyang, en Chine, en 2006. Organisé conjointement par l'OMT, l'Administration nationale du tourisme de Chine et le gouvernement de la province du Guizhou, et en collaboration avec la Banque mondiale, ce forum a été spécialement conçu pour promouvoir l'agenda national de l'année 2006, déclarée Année du tourisme rural en Chine.

Les experts réunis au forum ont estimé que la province du Guizhou, qui accueillait cette manifestation, offre un important potentiel pour poursuivre le développement du tourisme rural. Ils ont également analysé l'incidence des politiques et des stratégies gouvernementales sur le développement du tourisme rural et ont débattu des moyens d'accélérer de manière plus efficace le développement durable des communautés rurales. Les principaux thèmes traités lors du forum ont été les suivants: implication des acteurs, conservation et durabilité, développement de produits, authenticité et qualité et rôle des gouvernements et des organismes officiels.

Table des matières :

- Objectifs
- Observations et recommandations
- La Déclaration de Guiyang
- Conclusions
- Cérémonie et discours d'ouverture
- Communications du forum

Sustainable Tourism Management at World Heritage Sites (Huangshan, 24 – 27 March 2008)

La gestión del turismo sostenible en los sitios del Patrimonio Mundial (Huangshan, 24 – 27 de marzo 2008)

La gestion du tourisme durable sur les sites du patrimoine mondial (Huangshan, 24 – 27 mars 2008)



2009 | 328 p. | € 35

This publication contains papers in English and Chinese.

ISBN bilingual: 978-92-844-1301-0

E World Heritage Sites are among the most emblematic tourism destinations and attractions, facing numerous challenges due to an ever increasing tourism activity and related development issues. This Conference was held as part of a strategic collaboration between UNWTO and the UNESCO World Heritage Centre in order to address key tourism policy and management issues, such as coordination between heritage management and tourism organizations, extending benefits to local communities, reducing tourism congestion and environmental impacts, increasing site financing and enhancing the interpretation and communication of heritage values through tourism. This report summarizes the rich exchange of experience from the Conference and illustrates how World Heritage Sites can be integrated into broader regional and destination-level tourism management processes.

Contents

- | | |
|---|--|
| – Part 1 – Summary Report and Huangshan Declaration | – Part 2 – Full Conference Presentations |
| – The Huangshan Case Study | – Keynote Presentations |
| – Stakeholder Presentations | – Expert Presentations |
| – Working Group Discussions (WG 1 – 4) | – Cases from the Asia-Pacific Region |
| | – Huangshan Case Study |
| | – Private Sector Representatives |

S Los sitios del Patrimonio Mundial se encuentran entre los destinos y atractivos turísticos más emblemáticos, pero el constante aumento de la actividad turística y los problemas consiguientes para su desarrollo plantean numerosos retos. Esta Conferencia celebrada en Huangshan (China) como parte de una colaboración estratégica entre la OMT y el Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO para afrontar cuestiones clave de política y gestión del turismo, como la coordinación entre las organizaciones de gestión del patrimonio y las de turismo, la extensión de los beneficios a las comunidades locales, la reducción de la congestión turística y el impacto ambiental, el incremento de la financiación de los sitios y la comunicación de los valores del patrimonio. En este informe se resume el rico intercambio de experiencias y da ejemplos de cómo integrar los sitios en los procesos de gestión turística de los destinos o en un plano regional más amplio.

Índice

- Parte 1: Informe sinóptico y La Declaración de Huangshan; El caso de Huangshan
 - Comunicaciones de las partes
 - Debates de los grupos de trabajo 1 a 4
- Parte 2: Comunicaciones completas de la Conferencia; Conferencias magistrales
 - Comunicaciones de expertos
 - Casos de la región de Asia y el Pacífico
 - Estudio del caso de Huangshan
 - Representantes del sector privado

F Les sites du patrimoine mondial sont confrontés à de nombreux problèmes en raison de l'intensification constante de l'activité touristique et des questions de développement qui s'y rattachent. Cette conférence a été organisée dans le cadre d'une collaboration stratégique mise en œuvre entre l'OMT et le Centre du patrimoine mondial de l'UNESCO afin de traiter de questions essentielles en matière de politique et de gestion, telles que la coordination entre les gestionnaires des sites du patrimoine et les organisations du tourisme, l'accroissement des avantages pour les communautés locales, la réduction de la saturation touristique et des impacts sur l'environnement, l'augmentation du financement de la conservation des sites, ainsi que l'amélioration de l'interprétation et de la diffusion des valeurs attachées aux sites du patrimoine grâce au tourisme. Ce rapport résume les fructueux échanges d'expériences qui ont eu lieu dans le cadre de la conférence et comprend les conclusions générales, les exposés des experts et plusieurs études de cas.



2008 | 44 p. | € 17

ISBN English: 978-92-844-1245-7

E This publication addresses the high importance fast and sincere reporting plays for a global problem such as Avian and Human Influenza (AHI). The issue was identified during the first international simulation exercise in Paris in March 2007 as an area of concern for the travel and tourism industry which required further investigation. The publication includes an initial report evaluating the theoretical possibilities of penalties and incentives to improve fast and sincere reporting, the International Health Regulations of the World Health Organization are outlined and country studies report on the individual experiences made over the course of the current AHI threat.

Contents

- Introduction to the Workshop
- Communications and Incentives during an Avian and Human Influenza Pandemic
- The Importance of Tourism for the National Economies in Asia and Pacific Regions
- The Importance of Consistent Messages and Fast and Sincere Reporting
- Measures Taken by the Government of Indonesia
- Measures Taken by the Government of Malaysia
- Summary of Discussions, Conclusions

S Esta publicación aborda la importancia de una información rápida y sincera para afrontar problemas mundiales como la gripe aviar y humana. El tema fue señalado durante el primer simulacro internacional llevado a cabo en París en marzo de 2007 como una de las preocupaciones del sector turístico que debía estudiarse a fondo. La publicación incluye un informe inicial que evalúa las posibilidades teóricas de las sanciones y los incentivos para mejorar la rapidez y la veracidad de la información que se transmite, un esbozo sobre el Reglamento Sanitario Internacional de la Organización Mundial de la Salud y un informe de casos prácticos sobre experiencias particulares de los países en relación con la amenaza actual de la gripe aviar y humana.

Índice

- Introducción al taller
- Comunicaciones e incentivos durante la pandemia de la gripe aviar y humana
- La importancia del turismo para la economía de los países en la región de Asia y el Pacífico
- La importancia de la coherencia de los mensajes y de la rapidez y la sinceridad con que se transmite la información
- Medidas adoptadas por el Gobierno de Indonesia
- Medidas adoptadas por el Gobierno de Malasia
- Resumen de los debates, Conclusiones

F Cette publication traite de l'importance extrême que revêt une communication rapide et sincère face à un problème mondial tel que la grippe aviaire et la grippe humaine. Le premier exercice international de simulation organisé à Paris en mars 2007 a fait ressortir la nécessité, pour le secteur du tourisme, d'étudier cette question plus en profondeur. Cette publication comprend un rapport initial évaluant les possibilités théoriques de mise en place de pénalités et d'incitations afin de favoriser une communication rapide et sincère, donne un aperçu des normes internationales sur la santé établies par l'OMS et présente des études par pays recueillant des expériences nationales face à la menace de la grippe aviaire et la grippe humaine.

Table des matières

- Présentation du séminaire
- Communication et incitation face à une pandémie de grippe aviaire et de grippe humaine
- L'importance du tourisme pour les économies nationales des pays de l'Asie et du Pacifique
- L'importance de messages cohérents et d'une communication rapide et sincère
- Mesures prises par le gouvernement de l'Indonésie
- Mesures prises par le gouvernement de la Malaisie
- Résumé des débats, conclusions

III International Conference on Tourism and Handicrafts (Lima, 24-26 September 2008)

III Conferencia internacional sobre turismo y artesanía (Lima 24–26 de septiembre 2008)
Troisième conférence internationale sur le tourisme et l'artisanat (Lima 24–26 de septembre 2008)



2009 | 360 p. | € 47

This publication contains papers in English and Spanish.

ISBN bilingual: 978-92-844-1306-5

E The contributions of the speakers at the III International Conference on Tourism and Handicrafts, held in Lima, Peru, in September 2008, showed that tourism has a social dimension that goes beyond its purely economic aspect, which, albeit important, is not the only one that has an impact on tourism destinations. Tourists immerse themselves in the culture of the local populations where handicrafts constitute an essential part of the experience, providing extraordinary added value to their trip. This publication also contains proposals aimed at strengthening synergies between tourism and handicrafts in order to boost job creation, income generation and poverty reduction, particularly in rural communities and in the most vulnerable sectors of society.

Table of Contents:

- The Development of Handicrafts Offerings as an Instrument for Boosting and Promoting Tourism
- Policies and strategies for the development of cultural and handicraft tourism; Handicrafts as a tourism/business resource; Effect of tourism and handicrafts in local development; Innovation, design, quality and commercialization of artisanal products in the tourism market; Financing and cooperation for the development of tourism/handicraft offerings; Looking to the future
- Tehran Declaration on Handicrafts, Tourism and Poverty Alleviation

S Las contribuciones a esta conferencia manifiestan que el turismo tiene una dimensión social que va más allá del aspecto sólo económico y que impacta también en los destinos turísticos; los turistas se sumergen en la cultura de las poblaciones locales en donde la artesanía constituye una parte esencial de esa experiencia aportando un extraordinario valor añadido a su viaje. Esta publicación además contiene propuestas para el fortalecimiento de las sinergias entre turismo y artesanía, para así reforzar la creación de empleos, la generación de ingresos y la reducción de la pobreza, en particular en las comunidades rurales y en los sectores más vulnerables de la sociedad.

Índice

- El desarrollo de una oferta artesanal como instrumento de impulso y promoción de turismo a escala nacional y local
- Políticas y estrategias de desarrollo del turismo cultural y artesanía; La artesanía como un recurso turístico/empresarial; Efecto del turismo y la artesanía en el desarrollo local; Innovación, diseño, calidad y comercialización del producto artesanal en el mercado turístico; Financiamiento y cooperación para el desarrollo de la oferta turística-artesanal; Mirando hacia el futuro
- Declaración de Teherán sobre artesanía, turismo y reducción de la pobreza

F Les orateurs ont souligné que la dimension sociale du tourisme dépassait son aspect purement économique. Bien que très important, ce dernier n'est pas le seul à impacter les destinations touristiques; les touristes s'imprègnent en effet de la culture des populations locales et l'artisanat, qui joue un rôle essentiel dans leur expérience, ajoute une valeur extraordinaire à leur voyage. La présente publication égrène également des propositions pour accroître les synergies entre tourisme et artisanat afin de créer de nouveaux emplois, de générer davantage de revenus et de réduire la pauvreté, notamment dans les communautés rurales et dans les secteurs les plus vulnérables de la société.

Table des matières

- Le développement d'une offre artisanale pour impulser et promouvoir le tourisme à l'échelon national et local
- Politiques et stratégies de développement du tourisme culturel et de l'artisanat; L'artisanat comme ressource touristique/commerciale; Impact du tourisme et de l'artisanat sur le développement local; Innovation, conception, qualité et commercialisation du produit artisanal sur le marché touristique; Financement et coopération pour développer l'offre du tourisme et de l'artisanat; Regarder vers l'avenir
- Déclaration de Téhéran sur l'artisanat, le tourisme et la réduction de la pauvreté

Observations on International Tourism, Volume II
Observaciones sobre el turismo internacional, volumen II
Considérations sur le tourisme international, volume II

2001 | 630 p. | € 20 ISBN English: 978-92-844-0441-4

International Tourism – The Great Turning Point, Volume III
Turismo internacional – Un giro decisivo, volumen III
Tourisme international – le grand tournant, volume III

2004 | 432 p. | € 20 ISBN English: 978-92-844-0682-1
ISBN French: 978-92-844-0683-8

Towards New Forms of Public Private Partnership
Hacia nuevas formas de asociaciones entre los sectores público y privado
Vers de nouvelles formes de partenariat public-privé

1997 | 106 p. | € 20 ISBN English: 978-92-844-0149-9

Public-Private Sector Cooperation – Enhancing Tourism Competitiveness
Cooperación entre sectores público y privado –
Mejorando la competitividad turística
La coopération entre les secteurs public et privé –
renforcement de la compétitivité dans le tourisme

2001 | 290 p. | € 30 ISBN English: 978-92-844-0390-5
ISBN Spanish: 978-92-844-0412-4

Study on Visa Facilitation in the Silk Road Countries
Facilitación de visados en los países de la Ruta de la Seda
Étude sur la facilitation des formalités de visa dans les pays
de la Route de la soie

2001 | 130 p. | € 15 ISBN English: 978-92-844-0422-3

Tourism Taxation
La fiscalidad del turismo
La fiscalité du tourisme

1998 | 98 p. | € 25 ISBN English: 978-92-844-0248-9
ISBN Spanish: 978-92-844-0277-9
ISBN French: 978-92-844-0276-2

Education and Training
Educación y Formación
Éducation et formation

Introduction to TEDQUAL
Introducción a TEDQUAL
Initiation à la méthode TEDQUAL

1997 | 138 p. | € 25 ISBN English: 978-92-844-0211-3
ISBN Spanish: 978-92-844-0176-5
ISBN French: 978-92-844-0220-5

National and Regional Tourism Planning – Methodologies and Case Studies
Planificación nacional y regional del turismo –
Metodologías y estudios de casos
Planification nationale et régionale du tourisme –
méthodologies et études de cas

1994 | 250 p. | € 20 ISBN English: 978-92-844-0727-9
ISBN Russian: 978-92-844-0183-3

Performance Indicators for Tourism Destinations in Asia and the Pacific Region
Indicadores de resultados para los destinos turísticos
de la región de Asia y el Pacífico
Indicateurs des résultats des destinations touristiques
de la région Asie-Pacifique

2002 | 60 p. | € 15 ISBN English: 978-92-844-0544-2

Risk and Crisis Management
Gestión de Riesgos y Crisis
Gestion des risques et des crises

- Tourism Recovery (6 reports)
1. Tourism after 11th September 2001 – Analysis, Remedial Actions and Prospects (London, 2001)
 2. The Impact of the September 11th Attacks on Tourism – The Light at the End of the Tunnel (Berlin, 2002)
 3. Tourism Recovery Committee for the Mediterranean Region (Madrid and Tunis, 2002).
 4. 2002 – Climbing Towards Recovery? (London, 2002)
 5. Tourism Recovery Committee (Berlin, 2003)
 6. Tourism Recovery Committee (Beijing, 2003)

- Reactivación del turismo (6 informes)
1. El turismo después del 11 de septiembre de 2001 –
Análisis, medidas correctoras y perspectivas (Londres, 2001)
 2. El impacto de los atentados del 11 de septiembre en el turismo – La luz al final del túnel (Berlín, 2002)
 3. Comité para la Reactivación del Turismo en la Región Mediterránea (Madrid y Túnez 2002)
 4. 2002 – ¿En la pendiente de la recuperación? (Londres, 2002)
 5. Comité para la Reactivación del Turismo (Berlín, 2003)
 6. Comité para la Reactivación del Turismo (Beijing, 2003)

- Jeu d'études sur la relance après le 11 septembre (6 rapports)
1. Le tourisme après le 11 septembre 2001 – analyse, mesures réparatrices et perspectives (Londres, 2001)
 2. Répercussions des attentats du 11 septembre sur le tourisme international – le bout du tunnel (Berlin 2002)
 3. Comité pour la relance du tourisme dans la région méditerranéenne (Madrid et Tunis, 2002)
 4. 2002 – vers la reprise ? (Londres, 2002)
 5. Le Comité pour la relance du tourisme (Berlin, 2003)
 6. Le Comité pour la relance du tourisme (Beijing, 2003)

Report number 6 exists in English, only.

2001 – 2003 | Collection of 6 reports: € 40

ISBN English: 978-92-844-0629-6
ISBN Spanish: 978-92-844-0631-9
ISBN French: 978-92-844-0630-2

Local Food & Tourism International Conference, Volumes I and II
Conferencia internacional sobre alimentos locales y turismo, volúmenes I y II
Conférence internationale sur la cuisine locale et le tourisme, volumes I et II

Volume II contains papers in English, Spanish and French.

2003 | 342 p. | € 25 | Vol. I and II ISBN: 978-92-844-0627-2

Market Research
Estudios de Mercado
Études de marchés

Changes in Leisure Time
Evolución del tiempo libre
L'évolution du temps libre

1999 | 152 p. | € 25 ISBN English: 978-92-844-0316-5

The Impact of Rising Oil Prices on International Tourism
Incidencia de la subida del precio del petróleo sobre el turismo
L'impact de la hausse du prix du pétrole sur le tourisme international

2006 | 44 p. | € 30 ISBN English: 978-92-844-1052-1
ISBN Spanish: 978-92-844-1053-8
ISBN French: 978-92-844-0929-7
ISBN Arabic: 978-92-844-1120-7

Youth Outbound Travel of the Germans, the British & the French
Viaje de los jóvenes alemanes, británicos y franceses al extranjero
Jeunes voyageurs au départ d'Allemagne, de Grande-Bretagne et de France

2002 | 48 p. | € 20 ISBN English: 978-92-844-0535-0
ISBN Spanish: 978-92-844-0599-2
ISBN French: 978-92-844-0598-5

Outbound Tourism (8 Reports)
Turismo emisor (8 informes)
Le tourisme émetteur (8 rapports)

2000 – 2003 | € 20 each | Collection of 8 reports: € 70

ISBN Australia, English: 978-92-844-0410-0
ISBN Belgium, English: 978-92-844-0453-7
ISBN Japan, English: 978-92-844-0411-7
ISBN Japan and Republic of Korea, English: 978-92-844-0480-3
ISBN Republic of Korea, English: 978-92-844-0409-4
ISBN Saudi Arabia, English: 978-92-844-0633-3
ISBN Saudi Arabia, Arabic (electronic version, only PDF): 978-92-844-0721-7
ISBN Scandinavia, English: 978-92-844-0527-5
ISBN Spain, English: 978-92-844-0454-4
ISBN Spanish, Spanish: 978-92-844-0479-7

MICE Outbound Tourism 2000

El turismo emisor MICE en el año 2000

Le tourisme émetteur de congrès, d'expositions et de voyages d'affaires et de stimulation en 2000

2003 | 46 p. | € 20 ISBN English: 978-92-844-0626-5

Sport & Tourism
Deporte y turismo
Sport et tourisme

2002 | 170 p. | € 35 ISBN English: 978-92-844-0468-1
ISBN Spanish: 978-92-844-0470-4
ISBN French: 978-92-844-0469-8

Sport & Tourism – Introductory Report
Deporte y turismo – Informe introductorio
Sport et tourisme – rapport d'introduction

2002 | 64 p. | € 20 ISBN English: 978-92-844-0417-9
ISBN Spanish: 978-92-844-0418-6
ISBN French: 978-92-844-0419-3

Sport Activities during the Outbound Holidays of the Germans, the Dutch & the French
Actividades deportivas de los alemanes, holandeses y franceses en sus vacaciones al extranjero
Activités sportives des allemands, des néerlandais et des français lors de leurs vacances à l'étranger

2002 | 106 p. | € 20 ISBN English: 978-92-844-0413-1
ISBN Spanish: 978-92-844-0414-8
ISBN French: 978-92-844-0420-9

Sports Tourism in Latin America
Deporte y turismo – Destino América Latina
Le tourisme sportif en Amérique latine

2003 | 102 p. | € 20 ISBN English: 978-92-844-0634-0
ISBN Spanish: 978-92-844-0635-7

E-Business for Tourism
Comercio electrónico y turismo
Commerce électronique et tourisme

2001 | 282 p. | € 30 ISBN English: 978-92-844-0459-9
ISBN Spanish: 978-92-844-0497-1
ISBN French: 978-92-844-0506-0
ISBN Russian: 978-92-844-0542-8

Data Collection & Analysis for Tourism Management, Marketing & Planning
Acopio y análisis de datos para la gestión, el marketing y la planificación del turismo
Collecte et analyse des données pour la gestion, le marketing et la planification touristiques

2000 | 150 p. | € 20 ISBN English: 978-92-844-0377-6

General Guidelines for Using Data on International Air-passenger Traffic for Tourism Analysis
Directrices generales sobre el uso de los datos del tráfico aéreo internacional de pasajeros para el análisis turístico
Principes directeurs généraux pour l'utilisation des données du trafic aérien international de passagers aux fins d'analyse du tourisme

2002 | 74 p. | € 20 ISBN English: 978-92-844-0546-6

The Tourism Satellite Account
Proyecto de Cuenta Satélite de Turismo
Project compte satellite du tourisme

Tourism Satellite Account as an Ongoing Process – Past, Present and Future Developments
Cuenta Satélite de Turismo como un proceso continuo – Pasado, presente y futuros desarrollos
Compte satellite du tourisme en tant que processus continu – passé, présent et développements à venir

2001 | 256 p. | € 30 ISBN English: 978-92-844-0424-7
ISBN Spanish: 978-92-844-0442-1
ISBN French: 978-92-844-0443-8

Conferences and Seminars
Conferencias y Seminarios
Conferénces et séminaires

Tourism and Handicrafts
Turismo y artesanía
Le tourisme et l'artisanat

2008 | 218 p. | € 27 ISBN English: 978-92-844-1232-7

Policies, Strategies and Tools for the Sustainable Development of Tourism
Políticas, estrategias e instrumentos para el desarrollo sostenible del turismo
Les politiques, les stratégies et les instruments de développement durable du tourisme

2007 | 122 p. | € 27 ISBN English: 978-92-844-1224-2

Tourism Development in Europe
El desarrollo del turismo en Europa
Le développement du tourisme en Europe

2007 | 220 p. | € 27 ISBN English: 978-92-844-1223-5

First Regional Seminar on Ethics in Tourism
Primer seminario regional sobre ética en el turismo
Premier séminaire régional sur l'éthique dans le tourisme

This publication contains papers in English and Spanish.

2007 | 240 p. | € 27 ISBN bilingual: 978-92-844-1244-0

Observations on International Tourism Communications – Africa
Consideraciones sobre las comunicaciones internacionales en turismo – África
Observations sur la communication en matière de tourisme international – Afrique

This publication contains papers in English and French.

2007 | 148 p. | € 27 ISBN bilingual: 978-92-844-1198-6

Observations on International Tourism Communications – Americas
Consideraciones sobre las comunicaciones internacionales en turismo – Las Américas
Observations sur la communication en matière de tourisme international – Amériques

This publication contains papers in English and Spanish.

2007 | 162 p. | € 27 ISBN bilingual: 978-92-844-1231-0

Observations on International Tourism Communications – Asia and the Pacific
Consideraciones sobre las comunicaciones internacionales en el turismo – Asia y el Pacífico
Observations sur la communication en matière de tourisme international – Asie-Pacifique

2005 | 258 p. | € 25 ISBN English: 978-92-844-0930-3

Observations on International Tourism Communications – Europe
Consideraciones sobre las comunicaciones internacionales en el turismo – Europa
Observations sur la communication en matière de tourisme international – Europe

This publication contains papers in English, Spanish and French.

2004 | 306 p. | € 25 ISBN trilingual: 978-92-844-0711-8

The Future of City Tourism in Europe
El futuro del turismo urbano en Europa
L'avenir du tourisme urbain en Europe

This publication contains papers in English and French.

2006 | 136 p. | € 20 ISBN bilingual: 978-92-844-1122-1

Cultural Tourism and Local Communities
Turismo cultural y comunidades locales
Tourisme culturel et communautés locales

2006 | 154 p. | € 20 ISBN English: 978-92-844-1118-4

Cultural Tourism and Poverty Alleviation – The Asia-Pacific Perspectives
Turismo cultural y atenuación de la pobreza – Perspectivas de Asia y el Pacífico
Tourisme culturel et réduction de la pauvreté – l'optique de l'Asie-Pacifique

2005 | 258 p. | € 25 ISBN English: 978-92-844-0810-8

Sustainable Tourism Resource Management
Gestión sostenible de los recursos turísticos
La gestion durable des ressources touristiques

2004 | 148 p. | € 25 ISBN English: 978-92-844-0723-1

**The Future of Traditional Destinations –
Is Their Experience Relevant to Emerging Countries in Europe?**
El futuro de los destinos tradicionales –
¿Se puede aplicar su experiencia a los países emergentes de Europa?
L'avenir des destinations traditionnelles –
leur expérience est-elle utile aux pays émergents d'Europe ?

This publication contains papers in English and French.

2005 | 130 p. | € 15 ISBN bilingual: 978-92-844-0781-1

Tourism Peace and Sustainable Development for Africa
Turismo, paz y desarrollo sostenible para África
Le tourisme, la paix et le développement durable pour l'Afrique

This publication contains papers in English and French.

2003 | 260 p. | € 20 ISBN bilingual: 978-92-844-0657-9

Rural Tourism in Europe – Experiences, Development and Perspective
Turismo rural en Europa – Experiencias, desarrollo y perspectivas
Le tourisme rural en Europe – expériences, développement et perspectives

2004 | 240 p. | € 20 ISBN English: 978-92-844-0716-3

Tourism in a Globalized Society
El turismo en una sociedad globalizada
Le tourisme dans la société mondialisée

This publication contains papers in English and French.

2003 | 122 p. | € 15 ISBN bilingual: 978-92-844-0625-8

**Rural Tourism in the Americas and its Contribution to Job Creation and
Heritage Conservation**
El turismo rural en las Américas y su contribución a la creación de empleo
y a la conservación del patrimonio
Le tourisme rural dans les Amériques et sa contribution à la création d'emplois
et à la protection du patrimoine

This publication contains papers in English and Spanish.

2003 | 304 p. | € 20 ISBN bilingual: 978-92-844-0663-0

The Economic Impact of Tourism in the Islands of Asia and the Pacific
La incidencia económica del turismo en las islas de Asia y el Pacífico
Le poids économique du tourisme dans les îles d'Asie et du Pacifique

2002 | 132 p. | € 20 ISBN English: 978-92-844-0513-8

**Promotion of the Tourism Image of European Destinations
on Competitive International Markets**
Promoción de la imagen turística de los destinos europeos
en los mercados internacionales competitivos
Promotion de l'image touristique des destinations européennes
sur les marchés internationaux concurrentiels

This publication contains papers in English and French.

2002 | 136 p. | € 15 ISBN bilingual: 978-92-844-0586-2

**The Future of Small and Medium-sized Enterprises in European Tourism
Faced with Globalization**

El futuro de la pequeña y mediana empresa del turismo europeo
frente a la globalización
Avenir des petites et moyennes entreprises du tourisme européen
face à la mondialisation

This publication contains papers in English and French.

2002 | 150 p. | € 17 ISBN bilingual: 978-92-844-0467-4

Cultural Heritage and Tourism Development
Patrimonio cultural y desarrollo del turismo
Le tourisme culturel et le développement du tourisme

2001 | 216 p. | € 20 ISBN English: 978-92-844-0484-1

List of Titles

A Practical Guide to Destination Management	16
Changes in Leisure Time	51
City Tourism & Culture – The European Experience	30
Climate Change and Tourism – Responding to Global Challenges	21
Climate Change and Tourism	21
Collection and Compilation of Tourism Statistics – Technical Manual No. 4	42
Collection of Domestic Tourism Statistics – Technical Manual No. 3	42
Collection of Tourism Expenditure Statistics – Technical Manual No. 2	42
Communications and Incentives – The Importance of Fast and Sincere Reporting	25 49
Compendium of Tourism Statistics, Data 2003 – 2007 (2009 Edition)	38
Concepts, Definitions and Classifications for Tourism Statistics – Technical Manual No. 1	42
Co-operation and Partnerships in Tourism – A Global Perspective	10
Cruise Tourism – Current Situation and Trends	29
Cultural Heritage and Tourism Development	53
Cultural Tourism and Local Communities	52
Cultural Tourism and Poverty Alleviation – The Asia-Pacific Perspectives	52
Data Collection & Analysis for Tourism Management, Marketing & Planning	51
E-Business for Tourism	51
Ecotourism Market Reports	20
Educating the Educators in Tourism	12
Enhancing the Economic Benefits of Tourism for Local Communities and Poverty Alleviation	9
Tourism in the Least Developed Countries	9
Enzo Paci Papers on Measuring the Economic Significance of Tourism (Volumes I–V)	45
Evaluating and Improving Websites – The Destination Web Watch	31
Evaluating NTO Marketing Activities	28
First International Avian and Human Influenza Simulation Exercise	25
First Regional Seminar on Ethics in Tourism	52
General Guidelines for Using Data on International Air-passenger Traffic for Tourism Analysis ..	52
Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism	15
Handbook on E-marketing for Tourism Destinations	33
Handbook on Natural Disaster Reduction in Tourist Areas	24
Handbook on Tourism Destination Branding	34
Handbook on Tourism Forecasting Methodologies	33
Handbook on Tourism Market Segmentation – Maximising Market Segmentation	32
Inbound Tourism to the Middle East and North Africa	31
Indicators of Sustainable Development for Tourism Destination – A Guidebook	17
Information and Documentation Resource Centres for Tourism	11
International Conference on Metropolitan Tourism (Busan, 11 – 12 September 2007)	47
International Conference on Metropolitan Tourism (Shanghai, 17 – 18 November 2006)	47
III International Conference on Tourism and Handicrafts (Lima, 24-26 September 2008)	49
International Conference on Tourism, Religions and Dialogue of Cultures (Cordoba, 29 – 31 October 2007)	23 46
International Forum on Rural Tourism – Final Report (Guiyang, 4 – 6 September 2006)	48
International Tourism – A Global Perspective	13
International Tourism – The Great Turning Point, Volume III	50
Introduction to TEDQUAL	50
Introduction to Tourism	13
Local Food & Tourism International Conference, Volumes I and II	51
Making Tourism More Sustainable	14
Making Tourism Work for Small Island Developing States	16
Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry – Developing a TSA Extension ..	44
Measuring Total Tourism Demand (Volume I)	43
Measuring Total Tourism Supply (Volume II)	43
Measuring Visitor Expenditure for Inbound Tourism	44
MICE Outbound Tourism 2000	51
National and Regional Tourism Planning – Methodologies and Case Studies	50
Observations on International Tourism Communications – Africa	52
Observations on International Tourism Communications – Americas	52
Observations on International Tourism Communications – Europe	52
Observations on International Tourism Communications – Asia and the Pacific	52
Observations on International Tourism, Volume II	50
Outbound Tourism (8 Reports)	51
Performance Indicators for Tourism Destinations in Asia and the Pacific Region	50
Policies, Strategies and Tools for the Sustainable Development of Tourism	52
Poverty Alleviation Through Tourism – A Compilation of Good Practices	8
Promotion of the Tourism Image of European Destinations on Competitive International Markets	53
Public-Private Sector Cooperation – Enhancing Tourism Competitiveness	50
Recommendations on Tourism Statistics	41
Rural Tourism in Europe – Experiences, Development and Perspective	53
Rural Tourism in the Americas and its Contribution to Job Creation and Heritage Conservation	53
Second International Avian and Human Influenza Simulation Exercise	25
Set: Poverty Alleviation	9

Set: Technical Manuals 1 – 4	42
Sources and Methods: Labour Statistics – Employment in the Tourism Industries (Special Edition)	41
Sport & Tourism	51
Sport & Tourism – Introductory Report	51
Sport Activities during the Outbound Holidays of the Germans, the Dutch & the French	51
Sports Tourism in Latin America	51
Structures and Budgets of National Tourism Organizations (2004 – 2005)	28
Study on the Concepts and Realities of Social and Solidarity Tourism in Africa	23
Study on Visa Facilitation in the Silk Road Countries	50
Sustainable Development of Ecotourism – A Compilation of Good Practices	19
Sustainable Development of Ecotourism – A Compilation of Good Practices in SMEs	19
Sustainable Development of Tourism – A Compilation of Good Practices	19
Sustainable Development of Tourism Destination in Deserts – Guidelines for Decision Makers	17
Sustainable Tourism in Protected Areas – Guidelines for Planning and Management	14
Sustainable Tourism Management at World Heritage Sites (Huangshan, 24 – 27 March 2008)	48
Sustainable Tourism Resource Management	52
The Asia and the Pacific Intra-regional Outbound Series	35
The Chinese Outbound Travel Market with Special Insight into the Image of Europe as a Destination	36
The Economic Impact of Tourism in the Islands of Asia and the Pacific	53
The Future of City Tourism in Europe	52
The Future of Small and Medium-sized Enterprises in European Tourism Faced with Globalization	53
The Future of Traditional Destinations – Is Their Experience Relevant to Emerging Countries in Europe?	53
The Impact of Rising Oil Prices on International Tourism	51
The Incidence of Sexual Exploitation of Children in Tourism	22
The Indian Outbound Travel Market with Special Insight into the Image of Europe as a Destination	37
The Russian Outbound Travel Market with Special Insight into the Image of Europe as a Destination	36
The Tourism Labour Market in the Asia-Pacific Region	34
Thesaurus on Tourism and Leisure Activities	11
Third International Avian and Human Influenza Simulation Exercise	25
Tourism and Community Development – Asian Practices (second edition)	18
Tourism and Handicrafts	52
Tourism and Migration – Exploring the Relationship between Tourism and Migration	23
Tourism and Poverty Alleviation – Recommendations for Action	7
Tourism and Poverty Alleviation	7
Tourism at World Heritage Cultural Sites	22
Tourism Congestion Management at Natural and Cultural Sites – A Guidebook	18
Tourism Development in Europe	52
Tourism in a Globalized Society	53
Tourism in the Age of Alliances, Mergers and Acquisitions	30
Tourism Market Trends (2007 Edition)	27
Tourism Peace and Sustainable Development for Africa	53
Tourism Recovery (6 reports)	50
Tourism Satellite Account – Recommended Methodological Framework	45
Tourism Satellite Account as an Ongoing Process – Past, Present and Future Developments	52
Tourism Signs and Symbols	26
Tourism Taxation	50
Tourism, Microfinance and Poverty Alleviation	8
Tourism: 2020 Vision	40
Tourism's Potential as a Sustainable Development Strategy	12
Tourist Safety and Security – Practical Measures for Destinations	24
Towards New Forms of Public Private Partnership	50
UNWTO Basic Documents (Third Edition)	6
UNWTO Statistics – Basic Set 2009	39
UNWTO World Tourism Barometer	39
Voluntary Initiatives for Sustainable Tourism	19
World Ecotourism Summit – Final Report	21
World Tourism Conference – Tourism Success Stories and Shooting Stars (Kuala Lumpur, 4 – 6 June 2007)	46
Worldwide Cruise Ship Activity	29
Yearbook of Tourism Statistics, Data 2003 – 2007 (2009 Edition)	38
Youth Outbound Travel of the Germans, the British & the French	51
Youth Travel Matters – Understanding the Global Phenomenon of Youth Travel	32

Acopio y análisis de datos para la gestión, el marketing y la planificación del turismo	51
Acopio y compilación de las estadísticas de turismo – Manual técnico No. 4	42
Actividades deportivas de los alemanes, holandeses y franceses	
en sus vacaciones al extranjero	51
Anuario de estadísticas de turismo, datos de 2003 – 2007 (Edición 2009)	38
Aumentar los beneficios económicos del turismo para las comunidades locales	
y la reducción de la pobreza	9
Barómetro OMT del turismo mundial	39
Cambio climático y turismo – Responder a los retos mundiales	21
Cambio climático y turismo	21
Centro de información y de recursos documentales para el turismo	11
Colección: Atenuación de la pobreza	9
Colección: Manuales técnicos 1 – 4	42
Colección de estudios de mercado sobre ecoturismo	20
Comercio electrónico y turismo	51
Compendio de estadísticas de turismo, datos de 2003 – 2007 (Edición 2009)	38
Compilación de las estadísticas del gasto turístico – Manual técnico No. 2	42
Comunicación e incentivos – La importancia de informar con rapidez y sinceridad	25 49
Conceptos, definiciones y clasificaciones de las estadísticas de turismo –	
Manual técnico No. 1	42
Conferencia internacional sobre alimentos locales y turismo, volúmenes I y II	51
III Conferencia internacional sobre turismo y artesanía (Lima, 24 – 26 September 2008)	49
Conferencia Internacional sobre Turismo Metropolitano (Busan, 11 – 12 de septiembre 2007) .	47
Conferencia Internacional sobre Turismo Metropolitano	
(Shanghai, 17 – 18 de noviembre 2006)	47
Conferencia internacional sobre turismo, religiones y diálogo entre culturas	
(Córdoba, 29 – 31 de octubre 2007)	23 46
Conferencia Mundial del Turismo – Éxitos turísticos y estrellas fugaces (Kuala Lumpur, 4 – 6 de	
junio 2007)	46
Consideraciones sobre las comunicaciones internacionales en el turismo – Asia y el Pacífico ..	52
Consideraciones sobre las comunicaciones internacionales en el turismo – Europa	52
Consideraciones sobre las comunicaciones internacionales en turismo – África	52
Consideraciones sobre las comunicaciones internacionales en turismo – Las Américas	52
Cooperación entre sectores público y privado – Mejorando la competitividad turística	50
Cooperación y asociaciones en turismo – Una perspectiva mundial	10
Cuenta satélite de turismo – Recomendaciones sobre el marco conceptual	45
Cuenta Satélite de Turismo como un proceso continuo –	
Pasado, presente y futuros desarrollos	52
Cuestiones del turismo juvenil – Comprender el fenómeno mundial del turismo de jóvenes	32
Cumbre mundial del ecoturismo – Informe final	21
Deporte y turismo	51
Deporte y turismo – Destino América Latina	51
Deporte y turismo – Informe introductorio	51
Desarrollo sostenible del ecoturismo – Una compilación de buenas prácticas	19
Desarrollo sostenible del ecoturismo – Una compilación de buenas prácticas en las PYM	19
Desarrollo sostenible del turismo – Una complicación de buenas prácticas	19
Desarrollo sostenible del turismo en desiertos – Directrices para los responsables públicos	17
Desarrollo turístico sostenible – Guía para administraciones locales	15
Directrices generales sobre el uso de los datos del tráfico aéreo internacional	
de pasajeros para el análisis turístico	52
Documentos básicos de la OMT (tercera edición)	6
Documentos Enzo Paci sobre la evaluación de la importancia económica del turismo	
(Volúmenes I a V)	45
Educando educadores en turismo	12
El desarrollo del turismo en Europa	52
El futuro de la pequeña y mediana empresa del turismo europeo frente a la globalización	53
El futuro de los destinos tradicionales –	
¿Se puede aplicar su experiencia a los países emergentes de Europa?	53
El futuro del turismo urbano en Europa	52
El mercado emisor de turismo chino,	
con especial atención a la imagen de Europa como destino	36
El mercado emisor de turismo indio,	
con especial atención a la imagen de Europa como destino	37
El mercado emisor de turismo ruso,	
con especial atención a la imagen de Europa como destino	36
El mercado laboral del turismo en la región de Asia y el Pacífico	34
El potencial del turismo como estrategia de desarrollo sostenible	12
El turismo emisor MICE en el año 2000	51
El turismo en la era de las alianzas, fusiones y adquisiciones	30
El turismo en los sitios del patrimonio cultural mundial	22
El turismo en una sociedad globalizada	53
El turismo rural en las Américas y su contribución a la creación de empleo	
y a la conservación del patrimonio	53
El turismo urbano y la cultura – La experiencia europea	30

El turismo, vector de desarrollo de los PEID	16
Estructura y presupuestos de las Organizaciones Nacionales de Turismo(2004 – 2005)	28
Estudio sobre los conceptos y las realidades del turismo social	
y del turismo solidario en África	23
Evaluación de la importancia económica del sector de las reuniones –	
Una extensión de la Cuenta Satélite de Turismo	44
Evaluación de las actividades promocionales de las ONT	28
Evaluación del gasto de los visitantes en el turismo receptor	44
Evaluación y optimización de sitios web – El servicio “Destination Web Watch”	31
Evolución del tiempo libre	51
Facilitación de visados en los países de la Ruta de la Seda	50
Foro Internacional sobre Turismo Rural – Informe final (Guiyang, 4 – 6 de septiembre 2006) ...	48
Fuentes y métodos: estadísticas de trabajo –	
El empleo en el sector turístico (Edición especial)	41
Gestión de la saturación turística en sitios de interés natural y cultural – Guía práctica	18
Gestión sostenible de los recursos turísticos	52
Guía práctica sobre gestión de destinos	16
Hacia nuevas formas de asociaciones entre los sectores público y privado	50
Incidencia de la subida del precio del petróleo sobre el turismo	51
Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos – Guía práctica	17
Indicadores de resultados para los destinos turísticos de la región de Asia y el Pacífico	50
Iniciativas voluntarias para un turismo sostenible	19
Introducción a TEDQUAL	50
Introducción al turismo	13
La actividad de los cruceros turísticos en el mundo	29
La fiscalidad del turismo	50
La gestión del turismo sostenible en los sitios del Patrimonio Mundial	
(Huangshan, 24 – 27 de marzo 2008)	48
La incidencia de la explotación sexual de los niños en el turismo	22
La incidencia económica del turismo en las islas de Asia y el Pacífico	53
Manual de marketing electrónico para destinos turísticos	33
Manual de metodologías de previsión del turismo	33
Manual de segmentación del mercado turístico – Maximizar la eficacia del marketing	32
Manual para la creación de marcas de destinos turísticos	34
Manual sobre reducción de los efectos de las catástrofes naturales en zonas turísticas	24
Medición de la demanda turística total (Volumen I)	43
Medición de la oferta turística (Volumen II)	43
Observaciones sobre el turismo internacional, volumen II	50
Patrimonio cultural y desarrollo del turismo	53
Planificación nacional y regional del turismo – Metodologías y estudios de casos	50
Políticas, estrategias e instrumentos para el desarrollo sostenible del turismo	52
Por un turismo más sostenible	14
Primer ejercicios internacionales de simulación sobre la gripe aviar y humana	25
Primer seminario regional sobre ética en el turismo	52
Promoción de la imagen turística de los destinos europeos	
en los mercados internacionales competitivos	53
Reactivación del turismo (6 informes)	50
Recomendaciones sobre estadísticas de turismo	41
Recopilación de las estadísticas de turismo interno – Manual técnico No. 3	42
Reducción de la pobreza por medio del turismo – Una compilación de buenas prácticas	8
Segundo ejercicios internacionales de simulación sobre la gripe aviar y humana	25
Seguridad en turismo – Medidas prácticas para los destinos	24
Señales y símbolos turísticos	26
Tendencias de los mercados turísticos (Edición 2007)	27
Tercer ejercicios internacionales de simulación sobre la gripe aviar y humana	25
Tesoro de turismo y ocio	11
Turismo cultural y atenuación de la pobreza – Perspectivas de Asia y el Pacífico	52
Turismo cultural y comunidades locales	52
Turismo de Cruceros – Situación actual y tendencias	29
Turismo emisor (8 informes)	51
Turismo emisor intrarregional de Asia y el Pacífico	35
Turismo en los países menos adelantados	9
Turismo internacional – Un giro decisivo, volumen III	50
Turismo internacional: una perspectiva completa	13
Turismo receptor de Oriente Medio y el Norte de África	31
Turismo rural en Europa – Experiencias, desarrollo y perspectivas	53
Turismo sostenible en áreas protegidas – Directrices de planificación y gestión	14
Turismo y artesanía	52
Turismo y atenuación de la pobreza – Recomendaciones para la acción	7
Turismo y atenuación de la pobreza	7
Turismo y desarrollo comunitario: Ejemplos prácticos de Asia (segunda edición)	18
Turismo, microfinanzas y reducción de la pobreza	8
Turismo, paz y desarrollo sostenible para África	53
Turismo: Panorama 2020	40
Viaje de los jóvenes alemanes, británicos y franceses al extranjero	51

Liste de titres

Activités sportives des allemands, des néerlandais et des français lors de leurs vacances à l'étranger	51
Annuaire des statistiques du tourisme (édition 2009)	38
Avenir des petites et moyennes entreprises du tourisme européen face à la mondialisation	53
Baromètre OMT du tourisme mondial	39
Cahiers Enzo Paci sur l'évaluation du poids économique du tourisme (volumes I – V)	45
Centre d'information et de ressources documentaires pour le tourisme	11
Changement climatique et tourisme – Comment répondre aux défis mondiaux	21
Changement climatique et tourisme	21
Collecte et analyse des données pour la gestion, le marketing et la planification touristiques ..	51
Collection : Manuels techniques 1 – 4	42
Collection : Réduction de la pauvreté	9
Commerce électronique et tourisme	51
Communication et incitation – L'importance d'une communication rapide et sincère	25 49
Compendium des statistiques du tourisme (édition 2009)	38
Compte satellite du tourisme – Recommandations concernant le cadre conceptuel	45
Compte satellite du tourisme en tant que processus continu – passé, présent et développements à venir	52
Concepts, définitions et classifications des statistiques du tourisme – Manuel technique No. 1	42
Conférence internationale sur la cuisine locale et le tourisme, volumes I et II	51
Conférence internationale sur le tourisme métropolitain (Busan, 11 – 12 septembre 2007)	47
Conférence internationale sur le tourisme métropolitain (Shanghai, 17 – 18 novembre 2006) ..	47
Conférence internationale sur le tourisme, les religions et le dialogue des cultures (Cordoue, 29 – 31 octobre 2007)	23 46
Conférence mondiale sur le tourisme – Histoires de réussites et étoiles filantes (Kuala Lumpur, 4 – 6 juin 2007)	46
Considérations sur le tourisme international, volume II	50
Coopération et partenariats en tourisme – une perspective mondiale	10
Deuxième exercice international de simulation de la grippe aviaire et humaine	25
Développement durable de l'écotourisme – Recueil de bonnes pratiques dans les PME	19
Développement durable de l'écotourisme – Une compilation de bonnes pratiques	19
Développement durable du tourisme – Guide à l'intention des autorités locales	15
Développement durable du tourisme – Une compilation de bonnes pratiques	19
Développement durable du tourisme dans les déserts – Lignes directrices à l'intention des décideurs	17
Documents de base de l'OMT (troisième édition)	6
et à la protection du patrimoine	53
Étude sur la facilitation des formalités de visa dans les pays de la Route de la soie	50
Étude sur les concepts et réalités du tourisme social et solidaire en Afrique	23
Évaluation des activités promotionnelles des OMT	28
Évaluation des dépenses des visiteurs du tourisme récepteur	44
Évaluation et amélioration des sites web – Le Système de veille électronique des sites des destinations	31
Formation des formateurs en matière de tourisme	12
Forum international du tourisme rural – Rapport final (Guiyang, 4 – 6 septembre 2006)	48
Guide pratique de gestion des destinations	16
Indicateurs des résultats des destinations touristiques de la région Asie-Pacifique	50
Indicateurs du développement durable des destinations touristiques	17
Initiation à la méthode TEDQUAL	50
Initiatives volontaires en faveur du tourisme durable	19
Introduction au tourisme	13
Jeu d'études sur la relance après le 11 septembre (6 rapports)	50
Jeunes voyageurs au départ d'Allemagne, de Grande-Bretagne et de France	51
L'activité des croisières dans le monde	29
L'avenir des destinations traditionnelles – Leur expérience est-elle utile aux pays émergents d'Europe ?	53
L'avenir du tourisme urbain en Europe	52
L'étendue de l'exploitation sexuelle des enfants dans le tourisme	22
L'évaluation du poids économique du tourisme de réunions – Création d'une extension du compte satellite du tourisme	44
L'évolution du temps libre	51
L'impact de la hausse du prix du pétrole sur le tourisme international	51
La coopération entre les secteurs public et privé – Renforcement de la compétitivité dans le tourisme	50
La fiscalité du tourisme	50
La gestion de la saturation touristique des sites naturels et culturels – Manuel pratique	18
La gestion du tourisme durable sur les sites du patrimoine mondial (Huangshan, 24 – 27 mars 2008)	48
La gestion durable des ressources touristiques	52
La réduction de la pauvreté par le tourisme – Un recueil de bonnes pratiques	8
La valorisation de l'apport économique du tourisme pour les communautés locales et la réduction de la pauvreté	9
Le développement du tourisme en Europe	52

Le marché du tourisme émetteur de la Chine et l'image de l'Europe comme destination	36
Le marché du travail du tourisme dans la région Asie-Pacifique	34
Le marché émetteur russe et l'image de l'Europe comme destination	36
Le poids économique du tourisme dans les îles d'Asie et du Pacifique	53
Le potentiel du tourisme comme stratégie de développement durable	12
Le tourisme à l'heure des alliances, des fusions et des acquisitions	30
Le tourisme culturel et le développement du tourisme	53
Le tourisme dans la société mondialisée	53
Le tourisme dans les pays les moins avancés	9
Le tourisme de croisières – Situation actuelle et tendances	29
Le tourisme durable dans les zones protégées – Principes directeurs pour l'aménagement et la gestion	14
Le tourisme émetteur (8 rapports)	51
Le tourisme émetteur de congrès, d'expositions et de voyages d'affaires et de stimulation en 2000	51
Le tourisme émetteur de l'Inde et l'image de l'Europe comme destination	37
Le tourisme et l'artisanat	52
Le tourisme et la réduction de la pauvreté – Recommandations pour l'action	7
Le tourisme et la réduction de la pauvreté	7
Le tourisme récepteur au Moyen-Orient et en Afrique du Nord	31
Le tourisme rural dans les Amériques et sa contribution à la création d'emplois	53
Le tourisme rural en Europe – expériences, développement et perspectives	53
Le tourisme sportif en Amérique latine	51
Le tourisme sur les sites culturels du patrimoine mondial	22
Le tourisme urbain et la culture – L'expérience européenne	30
Le tourisme, ferment de développement pour les PIED	16
Le tourisme, la paix et le développement durable pour l'Afrique	53
Les politiques, les stratégies et les instruments de développement durable	52
Les questions relatives aux voyages des jeunes – Comprendre le phénomène mondial des voyages des jeunes	32
Manuel de cybermarketing pour les destinations touristiques	33
Manuel de segmentation du marché touristique – Maximiser l'efficacité du marketing	32
Manuel des méthodes de prévisions touristiques	33
Manuel sur la promotion de l'image de marque des destinations	34
Manuel sur la réduction des effets des catastrophes naturelles dans les zones touristiques	24
Mesure de l'offre touristique (volume II)	43
Mesure de la demande touristique totale (volume I)	43
Observations sur la communication en matière de tourisme international – Afrique	52
Observations sur la communication en matière de tourisme international – Amériques	52
Observations sur la communication en matière de tourisme international – Asie-Pacifique	52
Observations sur la communication en matière de tourisme international – Europe	52
Planification nationale et régionale du tourisme – méthodologies et études de cas	50
Premier exercice international de simulation de la grippe aviaire et humaine	25
Premier séminaire régional sur l'éthique dans le tourisme	52
Principes directeurs généraux pour l'utilisation des données du trafic aérien international de passagers aux fins d'analyse du tourisme	52
Promotion de l'image touristique des destinations européennes sur les marchés internationaux concurrentiels	53
Protection et sécurité du tourisme – Mesures pratiques pour les destinations	24
Rassemblement des statistiques de la dépense touristique – Manuel technique No. 2	42
Rassemblement des statistiques du tourisme interne – Manuel technique No. 3	42
Rassemblement et présentation des statistiques du tourisme – Manuel technique No. 4	42
Recommandations sur les statistiques du tourisme	41
Série d'études sur le marché de l'écotourisme	20
Signaux et symboles touristiques	26
Sommet mondial de l'écotourisme – Rapport Final	21
Sources et méthodes : les statistiques de l'emploi dans les industries touristiques (édition spéciale)	41
Sport et tourisme	51
Sport et tourisme – rapport d'introduction	51
Structures et budgets des Organisations nationales du tourisme (2004 – 2005)	28
Tendances des marchés touristiques (édition 2007)	27
Thésaurus du tourisme et des loisirs	11
Tourisme international – le grand tournant, volume III	50
Tourisme : horizon 2020	40
Tourisme culturel et communautés locales	52
Tourisme culturel et réduction de la pauvreté – l'optique de l'Asie-Pacifique	52
Tourisme émetteur intrarégional de l'Asie-Pacifique	35
Tourisme et développement communautaire – Les pratiques en Asie (seconde édition)	18
Tourisme international : perspective mondiale	13
Tourisme, microfinance et réduction de la pauvreté	8
Troisième conférence internationale sur le tourisme et l'artisanat (Lima 24 – 26 de septembre 2008)	49
Troisième exercice international de simulation de la grippe aviaire et humaine	25
Vers de nouvelles formes de partenariat public-privé	50
Vers un tourisme durable	14

How to order?
¿Cómo pasar su pedido?
Pour passer commande

To order any UNWTO product, please contact UNWTO by mail, fax, email, or use our national distributors.

Para encargar cualquier producto de la OMT, puede enviar su pedido directamente a la Organización por correo, fax o correo electrónico, o cursarlo por conducto de nuestros distribuidores

Pour commander un produit de l'OMT, veuillez vous adresser soit directement à l'Organisation par la poste, par télécopieur ou par courrier électronique, soit à ses distributeurs nationaux.

Prices | Precios | Prix

All products are priced in Euros. However, if deemed more convenient you may choose to pay in US\$. The US\$ price of the products is calculated using the actual exchange rate set by United Nations at the time of order.

Todos nuestros precios se establecen en euros. Sin embargo, si lo considera más conveniente puede optar por pagar en dólares de los Estados Unidos. El precio de nuestros productos en dólares se calcula aplicando el tipo de cambio efectivo establecido por las Naciones Unidas en la fecha del pedido.

Tous les prix sont indiqués en Euros. Toutefois, si vous le préférez, vous pouvez régler votre commande en Dollars des États-Unis. La contre-valeur de nos publications en Dollars des États-Unis est calculée d'après le taux de change des Nations Unies en vigueur au moment de la commande.

Mode of Payment | Modalidad de pago | Mode de paiement

- Prepayment is required before orders can be processed. It is recommended that orders be prepaid by either credit card (Visa / Mastercard / American Express) or cheque payable to UNWTO.
- Payments may be made in Euros or US Dollar.
- Payments by bank transfer may also be made. All bank charges must be prepaid and the total sum in US\$ or Euros transferred to the account mentioned below.
- To avoid delays, a copy of the bank transfer should accompany the order, as well as the number of the corresponding proforma invoice, if already issued.
- Los pedidos sólo podrán atenderse previo pago de su importe. Recomendamos efectuar los pagos mediante tarjeta de crédito (Visa / MasterCard / American Express) o cheque nominativo a la OMT.
- Los pagos podrán efectuarse en euros o en dólares.
- También se podrá efectuar el pago por transferencia bancaria sin gastos para el destinatario. El importe total en euros o en dólares se transferirá a la cuenta que se encuentra más abajo.
- Para evitar retrasos, el pedido se acompañará con una copia de la orden de transferencia.
- Pour qu'il y soit donné suite, les commandes doivent être payées d'avance. Il est recommandé de régler soit par carte de crédit (Visa / Mastercard / American Express), soit par chèque libellé à l'ordre de l'OMT.
- Le règlement peut se faire en Euros ou en Dollars des États-Unis.
- Le règlement peut également être effectué par virement bancaire. Tous les frais de banque doivent être payés par le donneur d'ordre et la somme totale est à virer sur le compte suivant:
- Pour éviter tout retard, prière de joindre une copie du virement bancaire au bulletin de commande, ainsi que le numéro de facture proforma le cas échéant.

Bank account | Cuenta bancaria | Compte bancaire

Banco SabadellAtlántico
Sucursal 0572
Paseo de la Castellana 135
28046 Madrid
Spain

IBAN : ES41 0081 0572 33 0001686376
SWIFT CODE : BSABESBB

Order from
Please write clearly in BLOCK CAPITALS

Hoja de pedido
Favor de escribir en LETRAS MAYÚSCULAS

Bon de commande
Veuillez utiliser des MAJUSCULES

Desired Currency | Moneda de pago | Devise de règlement

☐ € ☐ US\$ | \$ EE.UU. | \$ EU

Mode of Payment | Modalidad de pago | Mode de paiement

- ☐ Cheque | Chèque
- ☐ Bank transfer | Transferencia bancaria | Virement bancaire
- ☐ Credit card | Tarjeta de crédito | Carte de crédit
- ☐ Visa ☐ AmericanExpress ☐ Master Card

Card number | Número de tarjeta | Numéro de la carte

Expiry date | Válida hasta | Date d'expiration

Name of cardholder | Nombre del titular | Nom du titulaire _____

Signature | Firma _____

Desired Delivery | Modalidad de envío | Mode d'expédition souhaité

☐ Economy | Económico | Voie ordinaire ☐ Express | Exprès

Invoicing Address | Dirección de facturación | À facturer à

☐ Mr. | Sr. | M. ☐ Ms. | Sra. | Mme. Title | Título | Titre _____

First Name | Nombre | Prénom _____

Surname | Apellidos | Nom _____

Organization / Company | Organización / Empresa | Organisation / Compagnie

Street | Calle | Rue / Avenue _____

Postcode | C.P. | Code Postal

City | Ciudad | Ville _____

State | Estado | Département _____

Country | País | Pays _____

Tel. _____ Fax | Télécopieur _____

E-mail | Courrier électronique _____

Delivery Address | Dirección de entrega | À envoyer à

☐ Mr. | Sr. | M. ☐ Ms. | Sra. | Mme. Title | Título | Titre _____

First Name | Nombre | Prénom _____

Surname | Apellidos | Nom _____

Organization / Company | Organización / Empresa | Organisation / Compagnie

Street | Calle | Rue / Avenue _____

Postcode | C.P. | Code Postal

City | Ciudad | Ville _____

State | Estado | Département _____

Country | País | Pays _____

Tel. _____ Fax | Télécopieur _____

E-mail | Courrier électronique _____

Publications can be sent either by surface mail or by express delivery.

Las publicaciones pueden enviarse por correo de superficie o por servicio de mensajería.

Les publications peuvent être envoyées par courrier ordinaire ou par courrier exprès.

Shipping and handling charges	Economic	Express
Within the European Union, USA and Canada	Per shipment: € 4 + per book: € 2,50	15% of the total sum, minimum charge: € 20
Rest of the world	Per shipment: € 9 + per book: € 3,50	15% of the total sum, minimum charge: € 30

Frais de port	Voie ordinaire	Exprès
Union européenne, États Unis et Canada	Par envoi : € 4 + par livre : € 2,50	15% du montant total (Minimum : 20 €)
Reste du monde	Par envoi : € 9 + par livre : € 3,50	15% du montant total (Minimum : 30 €)

Hoja de pedido

Bon de commande

Please send the completed form to:

World Tourism Organization (UNWTO)

Tel.: +34 915678106

Title Título Titre	ISBN	Quantity Cantidad Quantité	Price Precio Prix	Total
Subtotal				
Shipping and handling Manipulación y envío Frais de port				
Total				

© 2009, World Tourism Organization (UNWTO)
Capitán Haya 42
28020 Madrid
Spain

Tel.: +34 91567 81 00
Fax: +34 91571 37 33

www.e-unwto.org
www.unwto.org/infoshop



WORLD TOURISM ORGANIZATION
Committed to Tourism, Travel and the Millennium Development Goals

