



UNWTO
World Tourism Organization

UNWTO Tourism Definitions

84420858 - Wednesday, March 25, 2020, 7:28:51 AM - IP Address: 187.188.63.1

UNWTO Tourism Definitions

Table of contents

Introduction	6
Introduction	8
Introducción	10

Operational definitions used in the tourism value chain 12

Définitions opérationnelles utilisées dans
la chaîne de valeur du tourisme
Definiciones operativas utilizadas en la
cadena de valor del turismo

Tourism destination | Destination
touristique | Destino turístico 14

Destination management/marketing
organization (DMO) | Organisme de
gestion/marketing d'une destination (OGD/
OMD) | Organización de gestión/marketing de
destino (OGD/OMD) 16

Tourism product | Produit
touristique | Producto turístico 18

Tourism value chain | Chaîne de valeur
touristique | Cadena de valor del
turismo 20

Quality of a tourism destination | Qualité d'une
destination touristique | Calidad de un destino
turístico 22

Innovation in tourism | Innovation dans le
tourisme | Innovación turística 24

Competitiveness of a tourism
destination | Compétitivité d'une destination
touristique | Competitividad de un destino
turístico 26

Operational definitions on tourism types 28

Définitions opérationnelles
des formes de tourisme

Definiciones operativas de tipos de turismo

Cultural tourism | Tourisme culturel |
Turismo cultural 30

Ecotourism | Écotourisme |
Ecoturismo 32

Rural tourism | Tourisme rural |
Turismo rural 34

Adventure tourism | Tourisme
d'aventure | Turismo de aventura 36

Health tourism | Tourisme de santé | Turismo
de salud 38

Wellness tourism | Tourisme de
bien-être | Turismo de bienestar 40

Medical tourism | Tourisme médical | Turismo
médico 40

Business tourism | Tourisme d'affaires |
Turismo de negocios 42

Gastronomy tourism | Tourisme de
gastronomie | Turismo gastronómico 44

Coastal, maritime and inland water
tourism | Tourisme côtier, maritime et en
eaux intérieures | Turismo costero,
marítimo y de aguas interiores 46

Urban/city tourism | Tourisme urbain/en
ville | Turismo urbano 48

Mountain tourism | Tourisme de
montagne | Turismo de montaña 50

Education tourism | Tourisme
éducatif | Turismo educativo 52

Sports tourism | Tourisme sportif | Turismo
deportivo 54

Introduction

Since its establishment in 2013 as a subsidiary organ of the Executive Council, the Committee on Tourism and Competitiveness (CTC) has focused its work mainly on assessing the state of knowledge on the basic concept of *tourism competitiveness* and identifying its key factors.

This process has also included identifying, developing and harmonizing concepts, models and operational definitions used in the tourism value chain within a hierarchical structure, from general to the specific.

This should lead to a validation process which will reinforce the normative role of the World Tourism Organization (UNWTO) while the technical outputs and recommendations can be used by UNWTO members for different purposes such as measuring, labelling and/or benchmarking.

As an outcome of the work of the CTC, the 22nd Session of the General Assembly held in Chengdu, China (11–16 September 2017), adopted as Recommendations

(A/RES/684 (XXII)) some operational definitions used in the tourism value chain, as well as a set of operational definitions on some selected tourism types. Along with the operational definitions the Committee has also focused on identifying the key quantitative and qualitative factors for *tourism competitiveness* under two categories:

1. Governance, management and market dynamics; and
2. Destination appeal, attractors, products and supply.

It is aimed that these operational definitions provide UNWTO members and other tourism stakeholders with a comprehensive and concise, operational, applicable and globally relevant conceptual framework on some concepts used in the tourism value chain and on some selected tourism types to set the scene and contribute to establish a common ground for a harmonized understanding.

Operational definitions used in the tourism value chain:

- Tourism destination
- Destination management/marketing organization (DMO)
- Tourism product
- Tourism value chain
- Quality of a tourism destination
- Innovation in tourism
- Competitiveness of a tourism destination

Operational definitions on tourism types:

- Cultural tourism
- Business tourism (related to the meetings industry)
- Ecotourism
- Gastronomy tourism
- Rural tourism
- Coastal, maritime and inland water tourism
- Adventure tourism
- Urban/city tourism
- Health tourism
- Mountain tourism
- Wellness tourism
- Education tourism
- Medical tourism
- Sports tourism

Note: The definitions in this publication were drawn up by the CTC originally in English. In case of conflict or discrepancy between the French or Spanish and the English version, the English version shall prevail.

Introduction

Depuis sa création en 2013, le Comité du tourisme et de la compétitivité (CTC), un organe subsidiaire du Conseil exécutif, s'est principalement attaché à dresser un état des connaissances sur le concept fondamental de *compétitivité du tourisme* et à en identifier les principaux facteurs.

Ce processus a aussi entraîné, identifier, développer et harmoniser des concepts, modèles et définitions opérationnelles dans la chaîne de valeur du tourisme, suivant une structure hiérarchique allant du général au spécifique.

Ceci devrait être suivi d'un processus de validation dont le rôle normatif de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) sortira renforcé. Les membres de l'OMT, peuvent se servir des produits techniques et des recommandations pour de différents buts, tels que le mesurage, catalogage et/ou étalonnage.

Le résultat du travail du Comité était qu'à l'Assemblée générale de l'OMT à sa vingt-deuxième session tenue à Chengdu, Chine (11–16 septembre 2017), a adopté la recommandation (A/RES/684 (XXII)) de quelques définitions opérationnelles utilisées dans la chaîne de valeur du tourisme, ainsi que d'autres définitions sur certaines formes de tourisme. En outre, le Comité s'est employé à répertorier les facteurs quantitatifs et qualitatifs pertinents pour la *compétitivité du tourisme* en deux catégories:

1. gouvernance, gestion et dynamique du marché, et
2. ressources, attractions, produits et offre.

L'objectif est de fournir aux états membres de l'OMT et à d'autres acteurs du tourisme, un cadre conceptuel complet, précis, opérationnel, applicable et pertinent à l'échelle mondiale sur des concepts utilisés dans la chaîne de valeur du tourisme et des formes de tourisme à fin de mettre en place une vision globale et de contribuer à l'établissement d'une compréhension commune et harmonisée.

Définitions opérationnelles utilisées dans la chaîne de valeur du tourisme :

- Destination touristique
- Organisme de gestion/marketing d'une destination (OGD/OMD)
- Produit touristique
- Chaîne de valeur touristique
- Qualité d'une destination touristique
- Innovation dans le tourisme
- Compétitivité d'une destination touristique

Définitions opérationnelles des formes de tourisme :

- Tourisme culturel
- Tourisme d'affaires
(lié à l'industrie des réunions)
- Écotourisme
- Tourisme de gastronomie
- Tourisme rural
- Tourisme côtier, maritime et en eaux
intérieures
- Tourisme d'aventure
- Tourisme urbain/en ville
- Tourisme de santé
- Tourisme de montagne
- Tourisme de bien-être
- Tourisme éducatif
- Tourisme médical
- Tourisme sportif

Note: Ces définitions ont été établies par le CTC, initialement en anglais. En cas de discordance ou d'incohérence entre la version anglaise et toute autre version linguistique de la présente publication, seule la version en langue anglaise fait foi.

Introducción

Desde su establecimiento en 2013 como órgano subsidiario del Consejo Ejecutivo, el Comité de Turismo y Competitividad (CTC) ha centrado su trabajo principalmente en evaluar el estado del conocimiento en torno al concepto básico de *competitividad turística* y en identificar sus factores clave.

Este proceso ha conllevado a la vez identificar, desarrollar y armonizar los conceptos, los modelos y las definiciones operativas que se utilizan en la cadena de valor del turismo dentro de una estructura jerárquica que va de lo general a lo específico.

Ello llevaría a un proceso de validación que reforzará el papel normativo de la Organización Mundial del Turismo (OMT), al tiempo que los resultados técnicos y las recomendaciones pueden ser utilizados por los miembros de la OMT para distintos propósitos, como la medición, la catalogación y el análisis comparativo.

Como resultado del trabajo del CTC, la 22ª Sesión de la Asamblea General celebrada en Chengdu, China (11–16 de septiembre de 2017), adoptó como recomendaciones (A/RES/684 (XXII)) algunas definiciones operativas utilizadas en la cadena de valor del turismo así como un conjunto de definiciones operativas de diversos tipos de turismo priorizados en esta fase. Además de estas definiciones operativas, el Comité también se ha centrado en identificar los factores cuantitativos y cualitativos relevantes para la *competitividad turística*, bajo dos categorías:

1. gobernanza, gestión y dinámicas de mercado,
2. recursos, atracciones, productos y oferta del destino.

El objetivo es que estas definiciones operativas faciliten a los miembros de la OMT un marco conceptual completo, conciso, operacional, aplicable y globalmente relevante sobre algunos conceptos que se emplean en la cadena de valor del turismo y sobre algunos tipos de turismo, con el fin de fijar el escenario

y contribuir al establecimiento de una base común para un entendimiento armonizado.

Definiciones operativas utilizadas en la cadena de valor del turismo:

- Destino turístico
- Organización de gestión/marketing de destino (OGD/OMD)
- Producto turístico
- Cadena de valor del turismo
- Calidad de un destino turístico
- Innovación turística
- Competitividad de un destino turístico

Definiciones operativas de tipos de turismo:

- Turismo cultural
- Turismo de negocios (relacionado con la industria de reuniones)
- Ecoturismo
- Turismo gastronómico
- Turismo rural
- Turismo costero, marítimo y de aguas interiores
- Turismo de aventura
- Turismo urbano o de ciudad
- Turismo de salud
- Turismo de montaña
- Turismo de bienestar
- Turismo educativo
- Turismo médico
- Turismo deportivo

Nota: Estas definiciones han sido elaboradas por el CTC originalmente en inglés. En caso de conflicto o discrepancia entre la versión original en inglés y cualquier otra versión en otro idioma, prevalecerá la versión en inglés.

**Operational definitions
used in the
tourism value chain**

**Définitions opérationnelles
utilisées dans la chaîne
de valeur du tourisme**

**Definiciones operativas
utilizadas en la cadena
de valor del turismo**



Tourism destination

A *tourism destination* is a physical space with or without administrative and/or analytical boundaries in which a visitor can spend an overnight. It is the cluster (co-location) of products and services, and of activities and experiences along the tourism value chain and a basic unit of analysis of tourism.

A destination incorporates various stakeholders and can network to form larger destinations. It is also intangible with its image and identity which may influence its market competitiveness.

Destination touristique

On entend par *destination touristique* un espace physique délimité ou non selon des critères administratifs et/ou d'analyse dans lequel le visiteur peut passer la nuit. C'est le groupement (au même endroit) de produits/services et d'activités/expériences le long de la chaîne de valeur touristique et c'est une unité de base pour l'analyse du tourisme.

Une destination réunit différents acteurs et peut entrer dans un réseau pour former des destinations plus vastes. L'image et l'identité de la destination en sont des caractéristiques immatérielles pouvant influencer sur sa compétitivité sur le marché.

Destino turístico

Un *destino turístico* es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector. Un destino incorpora a distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud. Es además inmaterial, con una imagen y una identidad que pueden influir en su competitividad en el mercado.



Destination management/ marketing organization (DMO)

A *destination management/marketing organization* (DMO) is the leading organizational entity which may encompass the various authorities, stakeholders and professionals and facilitates tourism sector partnerships towards a collective destination vision. The governance structures of DMOs vary from a single public authority to a public/private partnership model with the key role of initiating, coordinating and managing certain activities such as implementation of tourism policies, strategic planning, product development, promotion and marketing and convention bureau activities.

The functions of the DMOs may vary from national to regional and local levels depending on the current and potential needs as well as on the decentralization level of public administration. Not every tourism destination has a DMO.

Organisme de gestion/marketing d'une destination (OGD/OMD)

On entend par *organisme de gestion/marketing d'une destination* l'entité organisationnelle principale, laquelle peut regrouper les diverses autorités et les différents acteurs et professionnels, qui facilite la constitution de partenariats dans le tourisme au service du projet collectif arrêté pour la destination. Les structures de gouvernance de tels organismes sont variables, allant de l'existence d'une autorité publique unique à celle d'un modèle de partenariat public-privé. Leur rôle fondamental consiste à mettre en chantier, à coordonner et à administrer des activités telles que l'exécution des politiques de tourisme,

la planification stratégique, le développement des produits, la promotion et le marketing ou l'activité d'un bureau des congrès.

Les fonctions des organismes de gestion/marketing d'une destination peuvent varier selon qu'ils ont une compétence nationale, régionale ou locale, en fonction des besoins actuels et potentiels ainsi que du degré de décentralisation de l'administration publique. Les destinations touristiques n'ont pas toutes un organisme de gestion/marketing de la destination.

Organización de gestión/ marketing de destino (OGD/OMD)

Una *organización de gestión/marketing de destino* (OGD/OMD) es la principal entidad organizativa, pudiendo formar parte de ella diversas autoridades, agentes y profesionales, y facilita las alianzas dentro del sector turístico con miras a un proyecto colectivo para el destino. Las estructuras de gobernanza de las OGD/OMD varían desde una única autoridad pública hasta un modelo de alianza público-privada, y su función esencial es iniciar, coordinar y gestionar ciertas actividades, tales como la aplicación de políticas turísticas, la planificación estratégica, el desarrollo de productos, la promoción y el marketing y el trabajo de los Convention Bureau.

Las funciones de las OGD/OMD a nivel nacional, regional y local pueden variar dependiendo de las necesidades del momento o previstas, así como del grado de descentralización de la administración pública. No todos los destinos turísticos cuentan con una OGD/OMD.



Tourism product

A *tourism product* is a combination of tangible and intangible elements, such as natural, cultural and man-made resources, attractions, facilities, services and activities around a specific center of interest which represents the core of the destination marketing mix and creates an overall visitor experience including emotional aspects for the potential customers. A tourism product is priced and sold through distribution channels and it has a life-cycle.

https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858 - Wednesday, March 25, 2020 7:28:51 AM - IP Address: 187.188.63.63

Produit touristique

On entend par *produit touristique* la combinaison d'éléments matériels et immatériels (par exemple : ressources naturelles, culturelles et créées par l'homme, curiosités, installations, services et activités autour d'un centre d'intérêt spécifique) représentant la pièce centrale du plan de marchéage (marketing mix) de la destination et formant une expérience de visite globale, y compris d'émotions, pour le consommateur potentiel. Un produit touristique est tarifé et vendu à travers des circuits de distribution. Il a un cycle de vie.

Producto turístico

Un *producto turístico* es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital.

Tourism value chain

The *tourism value chain* is the sequence of primary and support activities which are strategically fundamental for the performance of the tourism sector. Linked processes such as policy making and integrated planning, product development and packaging, promotion and marketing, distribution and sales and destination operations and services are the key primary activities of the tourism value chain.

Support activities involve transport and infrastructure, human resource development, technology and systems development and other complementary goods and services which may not be related to core tourism businesses but have a high impact on the value of tourism.

Chaîne de valeur touristique

On entend par *chaîne de valeur touristique* la séquence d'activités primaires et d'appui fondamentales, du point de vue stratégique, au rendement du secteur du tourisme. Les processus reliés entre eux d'élaboration des politiques et de planification intégrée, de développement des produits et de composition de forfaits, de promotion et de marketing, de distribution et de vente ou encore l'activité et les services de la destination sont les principales activités primaires de la chaîne de valeur touristique.

Les activités d'appui comprennent le transport et l'infrastructure, le développement des ressources humaines, le développement des technologies et des systèmes et d'autres biens et services complémentaires n'étant pas forcément liés à l'exploitation touristique proprement dite, mais ayant une forte incidence sur la valeur du tourisme.

Cadena de valor del turismo

La *cadena de valor del turismo* es una secuencia de actividades primarias y de apoyo que resultan fundamentales a nivel estratégico para el rendimiento del sector turístico. Los procesos vinculados, tales como la formulación de políticas y la planificación integrada, el desarrollo de productos y su presentación al mercado, la promoción y el marketing, la distribución y la venta y las operaciones y servicios de los destinos, constituyen las principales actividades primarias de la cadena de valor del turismo.

Entre las actividades de apoyo se incluyen el transporte y la infraestructura, el desarrollo de recursos humanos, el desarrollo de tecnologías y sistemas y otros bienes y servicios complementarios que pueden no estar relacionados con la esencia del negocio turístico, pero repercuten de manera importante en el valor del turismo.



Quality of a tourism destination

Quality of a tourism destination is the result of a process which implies the satisfaction of all tourism product and service needs, requirements and expectations of the consumer at an acceptable price, in conformity with mutually accepted contractual conditions and the implicit underlying factors such as safety and security, hygiene, accessibility, communication, infrastructure and public amenities and services. It also involves aspects of ethics, transparency and respect towards the human, natural and cultural environment.

Quality, as one of the key drivers of tourism competitiveness, is also a professional tool for organizational, operational and perception purposes for tourism suppliers.

Qualité d'une destination touristique

La *qualité d'une destination touristique* est le résultat du processus correspondant à la satisfaction de tous les besoins et de toutes les exigences et attentes du consommateur en termes de produits et de services touristiques, à un prix acceptable et conformément aux conditions contractuelles ayant été convenues, avec les facteurs implicites qui le sous-tendent tels que la sûreté et la sécurité, l'hygiène, l'accessibilité, les communications, les infrastructures ainsi que les équipements et services collectifs. La qualité d'une destination touristique recouvre également des considérations éthiques, de transparence et de respect envers l'environnement humain, naturel et culturel.

La qualité, qui l'un des principaux piliers sur lesquels repose la compétitivité touristique, est aussi un outil professionnel pour les prestataires touristiques pour les besoins de l'organisation, de l'exploitation et de la perception.

Calidad de un destino turístico

La *calidad de un destino turístico* es el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, requisitos y expectativas del consumidor con respecto a los productos y servicios turísticos, a un precio aceptable, de conformidad con unas condiciones contractuales mutuamente acordadas, y factores subyacentes implícitos, tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la comunicación, la infraestructura y las instalaciones y servicios públicos. Implica también aspectos relacionados con la ética, la transparencia y el respeto por el entorno humano, natural y cultural.

La calidad, por ser uno de los motores clave de la competitividad turística, es también una herramienta profesional para los proveedores turísticos a efectos organizativos, operativos y de imagen.





Innovation in tourism

Innovation in tourism is the introduction of a new or improved component which intends to bring tangible and intangible benefits to tourism stakeholders and the local community, improve the value of the tourism experience and the core competencies of the tourism sector and hence enhance tourism competitiveness and /or sustainability. Innovation in tourism may cover potential areas, such as tourism destinations, tourism products, technology, processes, organizations and business models, skills, architecture, services, tools and/or practices for management, marketing, communication, operation, quality assurance and pricing.

Innovation dans le tourisme

L'innovation dans le tourisme est l'introduction d'une composante nouvelle ou améliorée dans le but d'en obtenir des retombées, matérielles et immatérielles, pour les parties prenantes du tourisme et la communauté locale, d'accroître la valeur de l'expérience touristique et les compétences fondamentales du secteur du tourisme et, partant, d'améliorer la compétitivité et/ou la durabilité du tourisme. L'innovation dans le tourisme peut être appliquée, par exemple, aux destinations touristiques, produits touristiques, technologies, processus, modèles organisationnels et commerciaux, savoir-faire, architecture, services, outils et/ou pratiques de gestion, marketing, communication, exploitation, assurance qualité et tarification.

Innovación turística

La *innovación turística* es la introducción de un componente nuevo o perfeccionado que aporte ventajas materiales e inmateriales a los agentes del turismo y a la comunidad local, que mejore el valor de la experiencia turística y las competencias clave del sector turístico y que potencie, por lo tanto, la competitividad turística y/o la sostenibilidad. La innovación turística puede aplicarse, por ejemplo, a destinos turísticos, productos turísticos, tecnología, procesos, organizaciones y modelos de negocio, destrezas, arquitectura, servicios, herramientas y/o prácticas de gestión, marketing, comunicación, funcionamiento, aseguramiento de la calidad y fijación de precios.

Competitiveness of a tourism destination

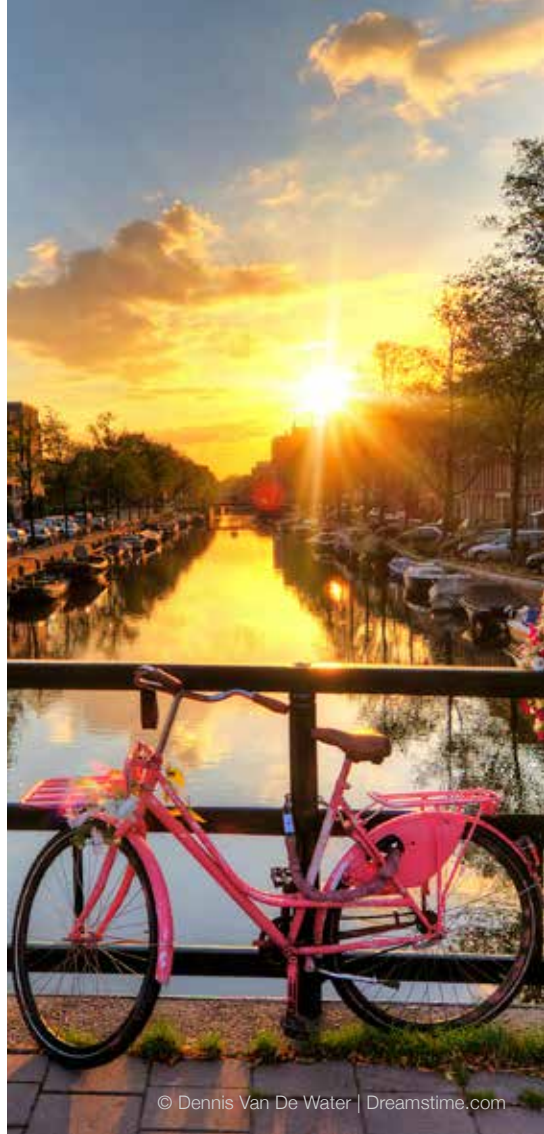
The *competitiveness of a tourism destination* is the ability of the destination to use its natural, cultural, human, man-made and capital resources efficiently to develop and deliver quality, innovative, ethical and attractive tourism products and services in order to achieve a sustainable growth within its overall vision and strategic goals, increase the added value of the tourism sector, improve and diversify its market components and optimize its attractiveness and benefits both for visitors and the local community in a sustainable perspective.

Compétitivité d'une destination touristique

La *compétitivité d'une destination touristique* est la capacité qu'a la destination d'utiliser efficacement ses ressources naturelles, culturelles, humaines, créées par l'homme et en capitaux pour mettre au point et fournir des produits et des services touristiques de qualité, novateurs, éthiques et attrayants afin d'obtenir une croissance durable s'inscrivant à l'intérieur du projet d'ensemble et des objectifs stratégiques qui sont les siens, d'accroître la valeur ajoutée du secteur du tourisme, d'améliorer et de diversifier ses composantes commerciales ainsi que d'optimiser son attractivité et les avantages pour les visiteurs comme pour la communauté locale dans une optique durable.

Competitividad de un destino turístico

La *competitividad de un destino turístico* es la capacidad del destino de utilizar sus recursos naturales, culturales, humanos, antrópicos y financieros de manera eficiente para desarrollar y ofrecer productos y servicios turísticos de calidad, innovadores, éticos y atractivos, con miras a contribuir a un crecimiento sostenible dentro de su proyecto global y sus objetivos estratégicos, incrementar el valor añadido del sector turístico, mejorar y diversificar sus componentes comerciales y optimizar su atractivo y los beneficios que reporta a los visitantes y a la comunidad local con una perspectiva de sostenibilidad.



**Operational definitions
on tourism types**

**Définitions opérationnelles
des formes de tourisme**

**Definiciones operativas
de tipos de turismo**





Cultural tourism

Cultural tourism is a type of tourism activity in which the visitor's essential motivation is to learn, discover, experience and consume the tangible and intangible cultural attractions/products in a tourism destination.

These attractions/products relate to a set of distinctive material, intellectual, spiritual and emotional features of a society that encompasses arts and architecture, historical and cultural heritage, culinary heritage, literature, music, creative industries and the living cultures with their lifestyles, value systems, beliefs and traditions.

Tourisme culturel

Le *tourisme culturel* est un type d'activité touristique dans lequel la motivation essentielle du visiteur est d'apprendre à connaître, de découvrir et de consommer les attractions/ produits culturels d'une destination touristique, matériels et immatériels, et d'en faire l'expérience.

Ces attractions/produits se rapportent à un ensemble de caractères distinctifs d'une société – d'ordre matériel, intellectuel, spirituel et émotionnel – recouvrant les arts et l'architecture, le patrimoine historique et culturel, le patrimoine culinaire, la littérature, la musique, les industries créatives et les cultures vivantes avec leurs styles de vie, leurs systèmes de valeurs, leurs croyances et leurs traditions.

Turismo cultural

El *turismo cultural* es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/ productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico.

Estos atractivos/productos se refieren a un conjunto de elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad que engloba las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas con sus formas de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones.



Ecotourism

Ecotourism is a type of nature-based tourism activity in which the visitor's essential motivation is to observe, learn, discover, experience and appreciate biological and cultural diversity with a responsible attitude to protect the integrity of the ecosystem and enhance the well-being of the local community.

Ecotourism increases awareness towards the conservation of biodiversity, natural environment and cultural assets both among locals and the visitors and requires special management processes to minimize the negative impact on the ecosystem.

Écotourisme

L'*écotourisme* est un type d'activité touristique de nature dans lequel la motivation essentielle du visiteur est d'observer, d'apprendre à connaître, de découvrir et d'apprécier la diversité biologique et culturelle, et d'en faire l'expérience, en adoptant une attitude responsable propre à protéger l'intégrité de l'écosystème et à améliorer le bien-être de la population locale.

L'écotourisme sensibilise aussi bien les populations locales que les visiteurs à la conservation de la biodiversité, du milieu naturel et des biens culturels et nécessite des modes de gestion particuliers pour limiter à un minimum l'impact négatif sur l'écosystème.

Ecoturismo

El *ecoturismo* es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local.

El ecoturismo incrementa la sensibilización con respecto a la conservación de la biodiversidad, el entorno natural y los bienes culturales, tanto entre la población local como entre los visitantes, y requiere procesos de gestión especiales para minimizar el impacto negativo en el ecosistema.

Rural tourism

Rural tourism is a type of tourism activity in which the visitor's experience is related to a wide range of products generally linked to nature-based activities, agriculture, rural lifestyle / culture, angling and sightseeing.

Rural tourism activities take place in non-urban (rural) areas with the following characteristics:

1. Low population density;
2. Landscape and land-use dominated by agriculture and forestry; and
3. Traditional social structure and lifestyle.

Tourisme rural

Le *tourisme rural* est un type d'activité touristique dans lequel l'expérience du visiteur mobilise une large gamme de produits généralement en rapport avec les activités de nature, l'agriculture, la culture/les modes de vie ruraux, la pêche d'agrément et les excursions.

Les activités de tourisme rural se pratiquent dans des environnements non urbains (ruraux) présentant les caractéristiques suivantes :

1. une faible densité de population,
2. des paysages et des terres à vocation essentiellement agricole et sylvicole, et
3. une structure sociale et des modes de vie traditionnels.

Turismo rural

El *turismo rural* es un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés.

Las actividades de turismo rural se desarrollan en entornos no urbanos (rurales) con las siguientes características:

1. baja densidad demográfica,
2. paisajes y ordenación territorial donde prevalecen la agricultura y la silvicultura, y
3. estructuras sociales y formas de vida tradicionales



Adventure tourism

Adventure tourism is a type of tourism which usually takes place in destinations with specific geographic features and landscape and tends to be associated with a physical activity, cultural exchange, interaction and engagement with nature. This experience may involve some kind of real or perceived risk and may require significant physical and/or mental effort.

Adventure tourism generally includes outdoor activities such as mountaineering, trekking, bungee jumping, rock climbing, rafting, canoeing, kayaking, canyoning, mountain biking, bush walking, scuba diving. Likewise, some indoor adventure tourism activities may also be practiced.

Tourisme d'aventure

Le *tourisme d'aventure* est un type de tourisme pratiqué habituellement dans des destinations présentant des caractéristiques géographiques et des paysages particuliers et généralement associé à une activité physique, à un échange culturel, à une interaction et à un contact avec la nature. Cette expérience peut comporter une part de risque, réelle ou perçue comme telle, et peut exiger un effort physique et/ou mental considérable.

Le tourisme d'aventure comprend généralement des activités de plein air telles que l'alpinisme, la randonnée d'aventure, le saut à l'élastique, l'escalade, le radeau en eau vive, le canoë, le kayak, le canyonisme, le vélo tout-terrain, la randonnée pédestre, la plongée sous-marine. Il peut y avoir aussi des activités de tourisme d'aventure d'intérieur.

Turismo de aventura

El *turismo de aventura* es un tipo de turismo que normalmente tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza. Esta experiencia puede implicar algún tipo de riesgo real o percibido y puede requerir un esfuerzo físico y/o mental significativo.

El turismo de aventura incluye por lo general actividades al aire libre como el alpinismo, el montañismo, el «puenting», la escalada, el rafting, el piragüismo, la navegación en kayak, el barranquismo, la bicicleta de montaña, el senderismo o el buceo. Hay también algunas actividades de turismo de aventura que pueden practicarse en espacios cerrados.





Health tourism

Health tourism covers those types of tourism which have as a primary motivation, the contribution to physical, mental and/or spiritual health through medical and wellness-based activities which increase the capacity of individuals to satisfy their own needs and function better as individuals in their environment and society.

Health tourism is the umbrella term for the subtypes *wellness tourism* and *medical tourism*.

Tourisme de santé

Le *tourisme de santé* recouvre les types de tourisme ayant pour motivation première la contribution à la santé physique, mentale et/ou spirituelle moyennant des activités médicales et de bien-être qui développent l'aptitude de chacun à satisfaire ses besoins et à mieux fonctionner en tant qu'individu dans son milieu et au sein de la société.

Le tourisme de santé est l'expression générale englobant les sous-catégories du *tourisme de bien-être* et du *tourisme médical*.

Turismo de salud

El *turismo de salud* cubre aquellos tipos de turismo que tienen como motivación primordial la contribución a la salud física, mental y/o espiritual gracias a actividades médicas y de bienestar que incrementan la capacidad de las personas para satisfacer sus propias necesidades y funcionar mejor como individuos en su entorno y en la sociedad.

El término turismo de salud engloba el *turismo de bienestar* y el *turismo médico*.



Wellness tourism

Wellness tourism is a type of tourism activity which aims to improve and balance all of the main domains of human life including physical, mental, emotional, occupational, intellectual and spiritual. The primary motivation for the wellness tourist is to engage in preventive, proactive, lifestyle-enhancing activities such as fitness, healthy eating, relaxation, pampering and healing treatments.

Medical tourism

Medical tourism is a type of tourism activity which involves the use of evidence-based medical healing resources and services (both invasive and non-invasive). This may include diagnosis, treatment, cure, prevention and rehabilitation.

Tourisme de bien-être

Le *tourisme de bien-être* est un type d'activité touristique axé sur l'épanouissement et l'équilibre de toutes les dimensions de la vie d'une personne, notamment les dimensions physique, mentale, émotionnelle, professionnelle, intellectuelle et spirituelle. Le touriste de bien-être a pour motivation première de se livrer à des activités préventives et dynamiques d'amélioration de son style de vie, telles que la gymnastique de forme, une alimentation saine, la relaxation, les soins et les traitements curatifs.

Tourisme médical

Le *tourisme médical* est un type d'activité touristique faisant intervenir des ressources et des services thérapeutiques (à la fois invasifs et non invasifs) de la science médicale. Il peut inclure le diagnostic, le traitement, la cure, la prévention et la rééducation.

Turismo de bienestar

El *turismo de bienestar* es un tipo de actividad turística que aspira a mejorar y equilibrar los ámbitos principales de la vida humana, entre ellos el físico, el mental, el emocional, el ocupacional, el intelectual y el espiritual. La motivación primordial del turista de bienestar es participar en actividades preventivas, proactivas y de mejora del estilo de vida, como la gimnasia, la alimentación saludable, la relajación, el cuidado personal y los tratamientos curativos.

Turismo médico

El *turismo médico* es un tipo de actividad turística que implica la utilización de recursos y servicios de curación médica (tanto invasivos como no invasivos) con base empírica. Puede incluir el diagnóstico, el tratamiento, la cura, la prevención y la rehabilitación.

Business tourism

(related to the meetings industry)

Business tourism is a type of tourism activity in which visitors travel for a specific professional and/or business purpose to a place outside their workplace and residence with the aim of attending a meeting, an activity or an event. The key components of business tourism are meetings, incentives, conventions and exhibitions.

The term “*meetings industry*” within the context of business tourism recognizes the industrial nature of such activities. Business tourism can be combined with any other tourism type during the same trip.

Tourisme d'affaires

(lié à l'industrie des réunions)

Le *tourisme d'affaires* est un type d'activité touristique dans lequel le visiteur, pour un motif professionnel et/ou d'affaires bien précis, voyage en dehors de son lieu de travail et de résidence pour assister à une réunion, une activité ou un événement. Les principales composantes du tourisme d'affaires sont les réunions, les voyages de gratification, les congrès et les salons.

L'expression «*industrie des réunions*» dans le contexte du tourisme d'affaires traduit bien le fait que ces activités ont le caractère d'industrie. Le tourisme d'affaires peut être combiné à tout autre type de tourisme au cours du même voyage.

Turismo de negocios (relacionado con la industria de reuniones)

El *turismo de negocios* es un tipo de actividad turística en la que los visitantes viajan por un motivo específico profesional y/o de negocio a un lugar situado fuera de su lugar de trabajo y residencia con el fin de asistir a una reunión, una actividad o un evento. Los componentes clave del turismo de negocios son las reuniones, los viajes de incentivos, los congresos y las ferias.

El término «*industria de reuniones*», en el contexto del turismo de negocios, reconoce la naturaleza industrial de esas actividades. El turismo de negocios puede combinarse con cualquier otro tipo de turismo durante el mismo viaje.



Gastronomy tourism

Gastronomy tourism is a type of tourism activity which is characterized by the visitor's experience linked with food and related products and activities while travelling. Along with authentic, traditional, and/or innovative culinary experiences, Gastronomy Tourism may also involve other related activities such as visiting the local producers, participating in food festivals and attending cooking classes.

Eno-tourism (wine tourism), as a sub-type of gastronomy tourism, refers to tourism whose purpose is visiting vineyards, wineries, tasting, consuming and/or purchasing wine, often at or near the source.

Tourisme de gastronomie

Le *tourisme de gastronomie* est un type d'activité touristique caractérisé par le fait que l'expérience du visiteur, au cours de son voyage, est en rapport avec la cuisine et des produits et activités connexes. Outre les expériences culinaires authentiques, traditionnelles et/ou novatrices, le tourisme de gastronomie peut aussi recouvrir d'autres activités apparentées, comme rendre visite à des producteurs locaux, participer à des festivals gastronomiques et suivre des cours de cuisine.

L'œnotourisme (tourisme du vin), lequel est une sous-catégorie du tourisme de gastronomie, s'entend du tourisme dont le motif est la visite de vignobles et d'exploitations viticoles, la dégustation, la consommation et/ou l'achat de vin, souvent à la propriété ou au plus près de la source.

Turismo gastronómico

El *turismo gastronómico* es un tipo de actividad turística que se caracteriza por el hecho de que la experiencia del visitante cuando viaja está vinculada con la comida y con productos y actividades afines. Además de experiencias gastronómicas auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico puede implicar también otras actividades afines tales como la visita a productores locales, la participación en festivales gastronómicos y la asistencia a clases de cocina.

El *enoturismo*, como un subtipo del turismo gastronómico, se refiere al turismo cuya motivación es visitar viñedos y bodegas, realizar catas, consumir y/o comprar vino, a menudo en el lugar en que se produce o en sus cercanías.



Coastal, maritime and inland water tourism

Coastal tourism refers to land-based tourism activities such as swimming, surfing, sunbathing and other coastal leisure, recreation and sports activities which take place on the shore of a sea, lake or river.

Proximity to the coast is also a condition for services and facilities that support coastal tourism.

Maritime tourism refers to sea-based activities such as cruising, yachting, boating and nautical sports and includes their respective land-based services and infrastructure.

Inland water tourism refers to tourism activities such as cruising, yachting, boating and nautical sports which take place in aquatic-influenced environments located within land boundaries and include lakes, rivers, ponds, streams, groundwater, springs, cave waters and others traditionally grouped as inland wetlands.

Tourisme côtier, maritime et en eaux intérieures

Le *tourisme côtier* s'entend des activités de tourisme pratiquées depuis le rivage telles que la baignade, le surf, les bains de soleil et autres activités côtières sportives, de détente et de loisir en bord de mer, au bord d'un lac ou au bord d'une rivière. La proximité de la côte est aussi une condition pour les services et les installations à l'appui du tourisme côtier.

Le *tourisme maritime* s'entend des activités pratiquées en mer telles que les croisières, la navigation à bord de yachts et de bateaux de plaisance et les sports nautiques, y compris leurs infrastructures et leurs services terrestres respectifs.

Le *tourisme en eaux intérieures* s'entend des activités touristiques telles que les croisières, la navigation à bord de yachts et de bateaux de plaisance et les sports nautiques qui sont pratiquées dans des environnements aquatiques situés à l'intérieur d'un périmètre

terrestre et comprenant des lacs, rivières, étangs, ruisseaux, eaux souterraines, sources, rivières souterraines et autres, regroupés traditionnellement sous l'appellation de zones humides intérieures.

Turismo costero, marítimo y de aguas interiores

El *turismo costero* se refiere a actividades turísticas que tienen su base en tierra costera, como la natación, el surf, tomar el sol y otras actividades costeras de ocio, recreo y deporte que tienen lugar a orillas de un mar, un lago o un río. **La proximidad a la costa es también una condición para los servicios e instalaciones que dan apoyo al turismo costero.**

El *turismo marítimo* se refiere a actividades que tienen su base en el mar, como los cruceros, la navegación en yates o barcos y los deportes náuticos, e incluye sus respectivos servicios e infraestructuras en tierra.

El *turismo de aguas interiores* se refiere a actividades turísticas como los cruceros, la navegación en yates o barcos y los deportes náuticos que tienen lugar en entornos con influencia del agua, situados dentro de las fronteras terrestres, e incluyen lagos, ríos, pozas, arroyos, aguas subterráneas, manantiales, ríos subterráneos y otros entornos agrupados tradicionalmente como aguas interiores.

Urban/city tourism

Urban/city tourism is a type of tourism activity which takes place in an urban space with its inherent attributes characterized by non-agricultural based economy such as administration, manufacturing, trade and services and by being nodal points of transport. Urban/city destinations offer a broad and heterogeneous range of cultural, architectural, technological, social and natural experiences and products for leisure and business.

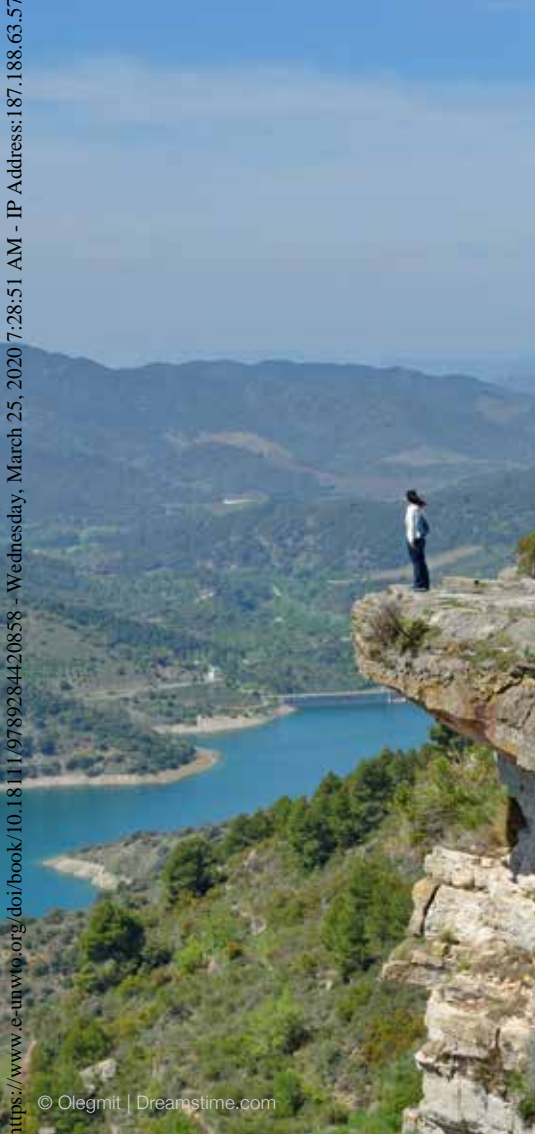
Tourisme urbain/en ville

Le *tourisme urbain/en ville* est un type d'activité touristique réalisé en milieu urbain avec les caractéristiques qui lui sont propres d'économie non agricole – administration, industrie manufacturière, commerce ou encore services – et de nœud de transport. Les destinations urbaines/citadines offrent une gamme large et hétérogène d'expériences et de produits culturels, architecturaux, technologiques, sociaux et de nature à des fins de loisir et d'affaires.

Turismo urbano

El *turismo urbano o de ciudad* es un tipo de actividad turística que tiene lugar en un espacio urbano con sus atributos inherentes caracterizados por una economía no agrícola basada en la administración, las manufacturas, el comercio y los servicios y por constituir nodos de transporte. Los destinos urbanos ofrecen un espectro amplio y heterogéneo de experiencias y productos culturales, arquitectónicos, tecnológicos, sociales y naturales para el tiempo libre y los negocios.





Mountain tourism

Mountain tourism is a type of tourism activity which takes place in a defined and limited geographical space such as hills or mountains with distinctive characteristics and attributes that are inherent to a specific landscape, topography, climate, biodiversity (flora and fauna) and local community. It encompasses a broad range of outdoor leisure and sports activities.

Tourisme de montagne

Le *tourisme de montagne* est un type d'activité touristique pratiqué à l'intérieur d'un espace géographique déterminé et délimité, comme peuvent l'être des collines ou des montagnes, présentant des caractéristiques et des propriétés particulières propres à tel(le) ou tel(le) paysage, topographie, climat, biodiversité (flore et faune) et population locale donné(e). Il recouvre une large gamme d'activités sportives et de loisir de plein air.

Turismo de montaña

El *turismo de montaña* es un tipo de actividad turística que tiene lugar en un espacio geográfico definido y delimitado como son las colinas o montañas, con características y atributos inherentes a un determinado paisaje, una topografía, un clima, una biodiversidad (flora y fauna) y una comunidad local. Engloba un amplio espectro de actividades de ocio y deporte al aire libre.

Education tourism

Education tourism covers those types of tourism which have as a primary motivation the tourist's engagement and experience in learning, self-improvement, intellectual growth and skills development. Education Tourism represents a broad range of products and services related to academic studies, skill enhancement holidays, school trips, sports training, career development courses and language courses, among others.

Tourisme éducatif

Le *tourisme éducatif* réunit les types de tourisme ayant pour motivation première la participation du touriste à des activités d'apprentissage, de développement personnel, d'enrichissement intellectuel et de perfectionnement des compétences, et l'expérience correspondante. Le tourisme éducatif recouvre une large gamme de produits et de services liés aux études, séjours de renforcement des compétences, voyages scolaires, stages sportifs, formations axées sur la progression professionnelle et cours de langues, entre autres.

Turismo educativo

El *turismo educativo* cubre aquellos tipos de turismo que tienen como motivación primordial la participación y experiencia del turista en actividades de aprendizaje, mejora personal, crecimiento intelectual y adquisición de habilidades. El turismo educativo representa un amplio espectro de productos y servicios relacionados con los estudios académicos, las vacaciones para potenciar habilidades, los viajes escolares, el entrenamiento deportivo, los cursos de desarrollo de carrera profesional y los cursos de idiomas, entre otros.





Sports tourism

Sports tourism is a type of tourism activity which refers to the travel experience of the tourist who either observes as a spectator or actively participates in a sporting event generally involving commercial and non-commercial activities of a competitive nature.

https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420858 - Wednesday, March 25, 2020 7:28:51 AM - IP Address: 187.188.63

Tourisme sportif

Le *tourisme sportif* est un type d'activité touristique désignant l'expérience de voyage du touriste qui vient assister en tant que spectateur ou qui participe activement à une manifestation sportive incluant généralement des activités commerciales et non commerciales de compétition.

Turismo deportivo

El turismo deportivo es un tipo de actividad turística que se refiere a la experiencia viajera del turista que o bien observa como espectador, o bien participa activamente, en un evento deportivo que implica por lo general actividades comerciales y no comerciales de naturaleza competitiva.

Copyright © 2019, World Tourism Organization (UNWTO)

Copyright cover photo: © Emicristea | Dreamstime.com

UNWTO Tourism Definitions
Définitions du tourisme de l'OMT
Definiciones de turismo de la OMT

ISBN electronic: 978-92-844-2085-8 | DOI: 10.18111/9789284420858

Published by the World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain.

First published: 2019

All rights reserved.

World Tourism Organization (UNWTO)
Calle del Poeta Joan Maragall, 42
28020 Madrid
Spain

Tel.: (+34) 915 67 81 00
Fax: (+34) 915 71 37 33
Website: www.unwto.org
E-mail: info@unwto.org

The designations employed and the presentation of material in this publication do not imply the expression of any opinions whatsoever on the part of the Secretariat of the World Tourism Organization concerning the legal status of any country, territory, city or area, or of its authorities or concerning the delimitation of its frontiers or boundaries.

The definitions in this publication were drawn up by the Committee on Tourism and Competitiveness (CTC) originally in English, being the working language of this UNWTO technical committee. The definitions were adopted as recommendations by the UNWTO General Assembly at its 22nd session held on 11–16 September 2017 in Chengdu, China (A/RES/684(XII)). In case of conflict or discrepancy between the French or Spanish and the English version, the English version shall prevail.

Citation:

English: World Tourism Organization (2019), *UNWTO Tourism Definitions*, UNWTO, Madrid,
DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>.

Français: Organisation mondiale du tourisme (2019), *Définitions du tourisme de l'OMT*, OMT, Madrid,
DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>.

Español: Organización Mundial del Turismo (2019), *Definiciones de turismo de la OMT*, OMT, Madrid,
DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>.

All UNWTO publications are protected by copyright. Therefore, and unless otherwise specified, no part of a UNWTO publication may be reproduced, stored in a retrieval system or utilized in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, microfilm, scanning, without prior permission in writing. UNWTO encourages dissemination of its work and is pleased to consider permissions, licensing, and translation requests related to UNWTO publications.

Permission to photocopy UNWTO material in Spain must be obtained through :

CEDRO, Centro Español de Derechos Reprográficos
Calle Alcalá, 26, 3º
28014 Madrid
Spain

Tel. : (+34) 913 08 63 30
Fax: (+34) 913 08 63 27
Website : www.cedro.org
E-mail : cedro@cedro.org

For authorization of the reproduction of UNWTO works outside of Spain, please contact one of CEDRO's partner organizations, with which bilateral agreements are in place (see : www.cedro.org/en).

For all remaining countries as well as for other permissions, requests should be addressed directly to the World Tourism Organization. For applications see : <http://publications.unwto.org/content/rights-permissions>.

https://www.unwto.org/doi/abs/10.18111/9789284420858-Wednesday, March 25, 2020 7:28:51 AM - IP Address: 187.188.63.63



The **World Tourism Organization (UNWTO)**, a United Nations specialized agency, is the leading international organization with the decisive and central role in promoting the development of responsible, sustainable and universally accessible tourism. It serves as a global forum for tourism policy issues and a practical source of tourism know-how. Its membership includes 158 countries, 6 territories, 2 permanent observers and over 500 Affiliate Members.



UNWTO

World Tourism Organization (UNWTO)

www.unwto.org