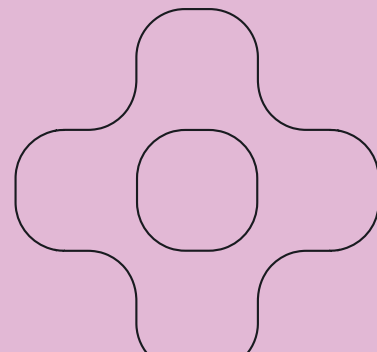
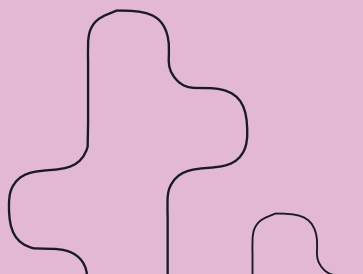
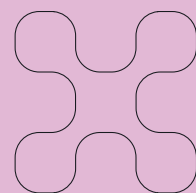
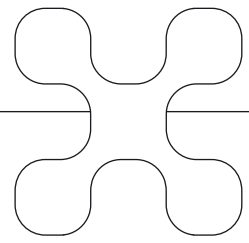


Lexique

Tourisme
& TEMA





A

Accessibilité

C'est la possibilité plus ou moins aisée d'atteindre un point de l'espace à partir d'une origine donnée. L'accessibilité évalue ou mesure cette facilité d'accès.

Acteur

«Personne qui prend une part active, joue un rôle important» (Définition du «Robert»). Dans le cadre du développement touristique les acteurs, personnes ou groupes organisés, sont ceux qui entreprennent des actions à l'échelle d'un territoire local.

Agence réceptive

C'est une entreprise commerciale qui sélectionne, représente et assemble des prestations de services de sa région d'accueil, qu'elle met en marché par l'intermédiaire de producteurs et d'agences distributrices. Elle assure leur représentation auprès des consommateurs auxquels elle fournit une assistance et garantit la continuité des services pendant leur voyage ou leur séjour dans le pays de destination.

Agence de voyages

C'est une entreprise commerciale qui vend des prestations de services et des produits de voyages, de séjours, de croisières et de loisirs. En France la législation étend cette appellation de manière générique aux agences de tourisme, aux organisateurs de voyages et de séjours et aux agences de voyages distributrices.

Agrément

C'est une homologation d'activités professionnelles permettant à une association d'organiser et de vendre des voyages ou des séjours. C'est aussi l'autorisation de vente et d'émission de billets accordée par un transporteur à une agence de voyage.

Aire Naturelle de Camping

Terrain de camping situé en milieu rural dont la durée de fonctionnement dans l'année est limitée par arrêté préfectoral l'autorisant à fonctionner. Sa capacité maximale est de 25 abris de camping pour une superficie d'un hectare.

Aménagement

Le terme désigne l'ensemble des marques de l'activité humaine. Dans un sens plus restrictif il peut aussi désigner des actions réfléchies, concertées et décidées par l'autorité publique.

Appellation (termes synonymes : Marque - Label)

Elle peut s'appliquer à tous les produits. Elle est définie par un lieu géographique, un mode de fabrication ou de production et un savoir-faire traditionnel. L'appellation est un moyen de se faire connaître par les consommateurs, de conquérir et de fidéliser une clientèle.

Arrivée touristique

Les arrivées concernent les entrées des visiteurs non-résidents dans un territoire donné ou dans un hébergement.

Auberge de Jeunesse

Elles ont été créées en 1907 et rassemblent aujourd'hui 6000 structures d'accueil dans 60 pays et assurent 31 millions de nuitées. 3.8 millions de personnes adhèrent à cette association. En France, les auberges sont au nombre de 220 et elles offrent une capacité d'accueil de 17 000 lits.

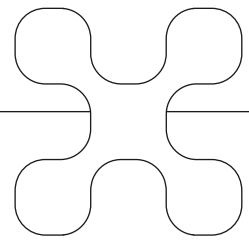
Autocariste

Entreprise de transport routier exploitant des autocars. Elle peut aussi produire des voyages et des excursions et les vendre elle-même ou par l'intermédiaire de distributeurs.

Avantage concurrentiel

C'est une valeur ajoutée qui différencie l'entreprise de ses concurrents et qu'elle doit valoriser si elle veut rentabiliser son activité. Pour un territoire touristique, l'avantage concurrentiel est une caractéristique de son offre qui le différencie des autres destinations. L'enjeu est de structurer et de mettre en valeur cet avantage afin d'attirer des touristes.





B

Benchmarking

Le benchmarking (ou analyse comparative) est un processus continu et systématique d'évaluation des produits, des services et des méthodes par rapport à ceux des concurrents. Plus concrètement, pour une destination touristique, il s'agit de se comparer aux autres destinations qui se positionnent sur les mêmes marchés ou qui présentent une offre similaire ; il s'agit ensuite de s'inspirer de leurs idées, de leurs stratégies, de leurs actions et de leurs expériences afin d'améliorer sa propre politique.

Biotope

Aire géographique de dimensions variables, souvent très petites, offrant des conditions constantes ou cycliques et occupées par des organismes vivants qui vivent en association spécifique.

Biotope (Arrêté de ...)

C'est une mesure de protection établie par le décret du 25 novembre 1977 dans le but de «favoriser la conservation des biotopes tels que les mares, les marécages, les marais, les haies, les bosquets, les landes, dunes, pelouses ou toutes autres formes naturelles peu exploitées par l'Homme».

Biodiversité

Etat de la faune et de la flore évalué en fonction du nombre d'espèces recensées.

Brochure

Document dans lequel un producteur présente les caractéristiques des destinations qu'il programme, des prestations qu'il a sélectionné et des produits qu'il a assemblé, leurs tarifs et leurs conditions de vente.

C

Camping

Pratique d'une activité utilisant la tente, la caravane ou l'auto caravane comme moyen d'hébergement de loisirs.

Camping à la ferme

Terrain de camping, en général de capacité réduite, situé sur une exploitation agricole.

Camping car

Caravane autotractée ou véhicule automobile dont l'intérieur est aménagé pour servir de logement.

Capacité d'accueil

Elle est évaluée au moyen d'une unité de compte commune : le lit. Lorsqu'on ne connaît pas le nombre précis, on peut l'estimer en affectant les données recensées d'un coefficient :

Hôtel homologué : nombre de chambres x 2.

Camping classé : nombre d'emplacements x 3.

Gîtes et chambres d'hôtes : nombre de gîtes et de chambres d'hôtes x 4.

Résidences secondaires : nombre de résidences secondaires x 5.

On obtient un chiffre qui définit l'importance de l'hébergement réceptif de la station.

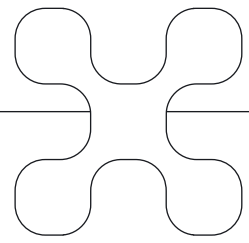
C.A.U.E. (Conseil d'Architecture, d'Urbanisme et d'Environnement)

C'est une association, financée par une taxe départementale, créée dans le cadre de la loi sur l'Architecture du 3 janvier 1997. Les C.A.U.E sont présents dans chaque département, seulement si le Conseil Général le décide. La mission du C.A.U.E est d'améliorer la qualité du cadre de vie en donnant des conseils à ceux qui veulent le transformer.

C.D.T.

Comité Départemental du Tourisme. Les Conseils Généraux ont créé sous diverses appellations (C.D.T, Association Départementale de Tourisme, etc.) des organismes chargés de toutes les questions concernant le développement touristique du département. Ils ont une triple mission de promotion, de concertation et de conseil.





Chaîne

Regroupement sous une enseigne commune d'unités d'accueil présentant des caractéristiques homogènes et définies par une charte de qualité. En général, les exploitants de ces unités d'accueil bénéficient de services collectifs tels qu'une centrale de réservation et une centrale d'achat.

Chaîne intégrée

Chaîne regroupant des unités d'accueil exploitées par la même entreprise, et à laquelle peuvent être associées des unités d'accueil franchisées.

Chaîne volontaire

Chaîne regroupant des unités d'accueil exploitées par des entreprises indépendantes.

Chaîne franchisée

Elle regroupe des hôtels sous l'enseigne d'un franchiseur. Le franchisé constitue une société indépendante qui finance la construction de l'établissement selon le cahier des charges du franchiseur à qui il verse une redevance. En échange, il bénéficie des services du franchiseur (centrale de réservation) et de la publicité faite à la marque.

Chaîne hôtelière intégrée

Grandes entreprises hôtelières regroupant sous une même enseigne un ensemble d'hôtels à forte capacité et au confort standardisé.

Chambre d'hôte

Chambre aménagée pour l'accueil des touristes en milieu rural ou urbain chez des particuliers et comprenant la fourniture du petit déjeuner. L'hébergement en chambre d'hôte contribue ainsi à la diversification de l'offre touristique tout en apportant un complément de ressources aux résidents de communes rurales, notamment les agriculteurs.

Chef de file

C'est une personne morale qui dispose de la légitimité, des ressources et de l'expérience nécessaires pour représenter et valoriser l'offre touristique du département. Un chef de file peut représenter le département sur un des marchés cibles ou valoriser une des filières d'excellence du département. L'objectif est de partager le travail de promotion et de valorisation de l'offre touristique entre tous les acteurs qui ont un intérêt au développement touristique du département.

Classement aux monuments historiques

Pour le classement d'un monument historique, l'immeuble doit présenter un intérêt historique ou artistique motivant sa préservation. L'immeuble classé ne peut être détruit, déplacé ou faire l'objet d'une restauration qu'après consentement du ministre et donc autorisation préalable. Depuis la loi du 30 décembre 1936, le propriétaire est tenu d'entretenir le monument classé.

Clévances

Label de qualité destiné à garantir et promouvoir les hébergements proposés à la location saisonnière.

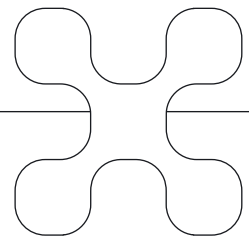
Clientèle

C'est l'ensemble des personnes usant habituellement de services touristiques ou autres. En termes de développement touristique, la clientèle est caractérisée par des éléments d'identité, des aspirations de vacances, des capacités, des périodes de fréquentation. Cette clientèle a des besoins d'hébergement, de restauration, de déplacements, de loisirs, etc.

Co-branding

Alliance entre marques commerciales dans le cadre d'opérations ponctuelles et donnant naissance à un produit ou un service qui revendique une double paternité. Le co-branding vise à pérenniser la marque en enrichissant son contenu et son image, tout en élargissant les cibles de consommateurs et en minimisant les investissements de la communication et de recherche et développement.





Communauté d'agglomération

C'est un établissement public de coopération intercommunale qui regroupe plusieurs communes formant, à la date de sa création, un ensemble de plus de 50 000 habitants d'un seul tenant et sans enclave autour d'une ou plusieurs communes de plus de 15 000 habitants. Ce seuil de 15 000 habitants ne s'applique pas lorsque la communauté d'agglomération comprend le chef-lieu du département.

Congrès

Un congrès est une réunion rassemblant un nombre important de participants d'une même corporation, fédération ou association, qui n'exercent pas obligatoirement la même profession, et qui se regroupent autour d'un thème d'intérêt commun directement lié à leurs préoccupations ou activités.

Conjoncture

Ensemble des éléments qui déterminent la situation économique, sociale, politique ou démographique à un moment donné. On entend par évolution conjoncturelle une évolution à court terme. A l'inverse, une évolution structurelle se constate sur le plus long terme.

Conservatoire du littoral et des rivages lacustres

Etablissement public de l'État à caractère administratif créé par la loi du 10 juillet 1975. Il a pour mission de mener, dans les cantons côtiers et dans les communes riveraines des lacs et plans d'eau d'une superficie au moins égale à 1 000 hectares, une politique foncière de sauvegarde de l'espace littoral, de respect des sites naturels et de l'équilibre écologique.

Contrat de plan Etat / Région

Ils remplacent depuis 1984 les schémas d'aménagement régionaux. Ils définissent les actions que l'Etat et la Région s'engagent à mener conjointement par la voie contractuelle pendant la durée du Plan. Ils offrent un cadre administratif de référence et l'occasion tous les 5 ans, de mettre en cohérence les priorités de l'Etat, de la région et des autres collectivités territoriales. Divers partenaires économiques et sociaux peuvent entrer en jeu (communes, départements, syndicats, associations, et instituts régionaux).

Court séjour

Séjour d'une durée supérieure à une journée et inférieure à quatre jours.

CRM : Customer relationship management (ou gestion de la relation client)

L'intégration des nouvelles technologies a modifié la relation client-entreprise, souvent au bénéfice du client potentiel qui dispose d'une meilleure information pour guider ses choix. Par ailleurs, les nouvelles technologies permettent aux entreprises de mieux connaître leur clientèle et de gagner leur fidélité en utilisant les informations les concernant. Ainsi, le CRM propose des solutions technologiques permettant de renforcer la communication entre l'entreprise et ses clients en automatisant les différentes composantes de la relation client. L'objectif est d'être plus à l'écoute du client pour mieux répondre à ses besoins.

Croisière

C'est une navigation touristique comportant des escales. Elle peut, de ce fait, durer plusieurs jours ou plusieurs semaines. Elle s'effectue soit à bord d'un navire de luxe spécialement équipé pour héberger des centaines de croisiéristes, soit avec de petites unités familiales capables d'héberger plusieurs personnes pour une assez longue durée.

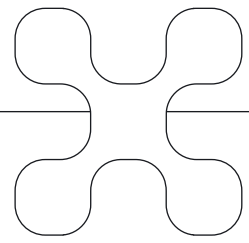
Croisiériste

Visiteur hébergé sur un bateau de croisière. Le croisiériste a un comportement d'excursionniste, c'est-à-dire qu'il profite des agréments touristiques d'une région, mais sans en utiliser les hébergements.

C.R.T.

Comité Régional du Tourisme. Le C.R.T. élabore le schéma régional de développement touristique et des loisirs et met en œuvre la politique du tourisme de la Région, notamment dans le domaine des études, de la planification, de l'aménagement, de l'équipement, des aides aux hébergements, etc. Les ressources des C.R.T. proviennent en majeure partie de dotations des Conseils Régionaux.





Cyclisme

Pratique sportive de la bicyclette sur circuit, piste ou itinéraire, conformément à la définition de la Fédération sportive concernée et à la réglementation en vigueur.

Cyclotourisme

Voyage ou promenade à bicyclette, se pratiquant seul ou en groupe sur des parcours étudiés à l'avance ou improvisés.

D

Décentralisation

Système d'organisation des structures administratives de l'Etat qui accorde des pouvoirs de décision et de gestion à des organes autonomes régionaux ou locaux (collectivités locales, établissements publics).

Département

C'est une collectivité locale gérée par le Conseil Général ainsi qu'une circonscription administrative de l'Etat, lequel est représenté par le Préfet. L'institution départementale date de 1790.

Désaisonnaliser

Cela consiste pour le CDT à développer une stratégie de promotion, de communication et de commercialisation qui permette d'étaler au maximum la saison touristique sur l'année.

Développement durable

«Le Développement durable consiste à assurer une gestion responsable des ressources futures de la planète de manière à sauvegarder les intérêts des générations futures tout en répondant aux besoins des générations actuelles» (C.Villeneuve, «Environnement et Développement. Un acte planétaire», Le Courrier de l'UNESCO, novembre 1991).

Le développement durable est le principe fondateur de ce 3^{ème} schéma de développement du tourisme et des loisirs des Bouches-du-Rhône. L'objectif est de responsabiliser chaque acteur touristique face aux conséquences éventuelles de ses actes sur les ressources du département.

Diagnostic

Il a pour objet de rassembler tous les éléments d'informations sur le territoire concerné, d'évaluer les atouts et les handicaps du territoire, de faire ressortir des pistes de recherches pour les futurs projets de développement local, d'initier ou de développer un processus de partenariat impliquant l'ensemble des acteurs économiques locaux.

Il ne peut se confondre avec un simple état des lieux qui rassemblerait une somme ordonnée de faits, de chiffres et de données. Il implique obligatoirement une évaluation ainsi qu'une mise en prospective. Un diagnostic doit produire des conclusions qui mènent à la formulation d'un projet.

E

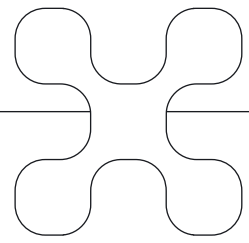
Ecomusée

C'est un lieu de Mémoire permettant de faire revivre des espaces et/ou des traditions disparus. L'écomusée est «une institution culturelle assurant, d'une manière permanente, sur un territoire donné, avec la participation de la population, les fonctions de recherche, conservation, présentation, mise en valeur d'un ensemble de biens naturels et culturels, représentatifs d'un milieu et des modes de vie qui s'y succèdent» (Ministère de la Culture et de la Communication, instruction du 4 mars 1981).

Emplois directs

Ils regroupent les activités marchandes dédiées totalement à la satisfaction des besoins du touriste : transports internationaux touristiques, consommations au cours des séjours touristiques dans les activités touristiques et dans les autres activités.





Emplois indirects

Ils regroupent la branche produisant des biens faisant l'objet des «achats préalables» des touristes et la branche produisant des «autres biens et services» de la consommation intérieure touristique ou résultant des activités non marchandes dans les activités touristiques et les autres activités. Exemple : la blanchisserie d'un hôtel.

Emplois induits

Ils correspondent aux postes de travail créés dans l'ensemble de l'économie grâce aux dépenses réalisées, en seconde étape, par les personnes qui doivent leurs revenus au Tourisme (salariés et indépendants). Exemple : une boulangerie.

Emplois saisonniers

Ce sont des emplois non annuels qui ne sont pas offerts à l'année, mais permettent à l'entreprise de faire face aux flux de touristes.

E-marketing

Le E-marketing consiste à mobiliser les nouvelles technologies de l'information et de la communication pour assurer une forte visibilité à une offre de produits ou de services.

Environnement

Dans le langage des géographes, ce concept regroupe à la fois les composantes sociales et humaines d'un milieu ainsi que ses composantes naturelles, physiques et biologiques.

E-tourisme

Le secteur du tourisme sur Internet. Le tourisme est un des secteurs qui aura le plus bénéficié de l'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC).

Les enjeux liés à la diffusion et à l'information touristiques, puis en dernier lieu à la vente de produits touristiques, sont capitaux. L'exigence croissante des clientèles touristiques, le souci de rentabilité des entreprises et le besoin de lisibilité des territoires soutiennent une innovation permanente des NTIC.

Etude d'impact

Une étude d'impact analyse les répercussions possibles d'un aménagement sur l'environnement naturel économique et social. Suite à cette étude, des mesures peuvent être envisagées par le maître d'ouvrage pour supprimer ou réduire les conséquences dommageables.

Excellence

L'excellence caractérise la supériorité, la perfection de quelqu'un ou de quelque chose. Dans le cadre du tourisme, on parle d'une offre d'excellence pour caractériser l'offre touristique de qualité.

Excursion

C'est un déplacement touristique d'une journée ne comprenant pas de nuitées.

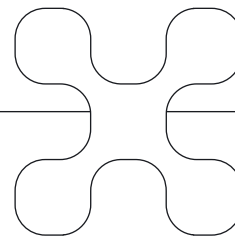
Excursionniste

Tout visiteur dont le séjour dans le pays visité ne comporte aucune nuitée ou est inférieur à 24 heures. Cette appellation s'étend aux passagers de croisière hébergés à bord de leur bateau.

Extranet

Un extranet est une extension du système d'information de l'entreprise à des partenaires identifiés situés au-delà du réseau.





F

Festival

Série de représentations artistiques consacrée à un genre donné.

Filière

Une filière de produits rassemble des professionnels dont l'activité de production et/ou de service répond à un thème commun. Le regroupement par filière de l'offre touristique d'un territoire permet de structurer et de mettre en valeur cette offre pour mieux répondre aux attentes des clientèles touristiques.

Flux

Déplacements d'individus qui sillonnent la planète. Les flux circulent sur des réseaux reliant des pôles. Le Tourisme de masse génère des flux divers. On pourra évoquer aussi les flux intérieurs, les flux tournés vers l'extérieur, les flux majeurs et les flux mineurs.

Fonds structurels

Ce sont des fonds européens mobilisés pour le financement de la politique structurelle européenne. Ces fonds sont au nombre de quatre. Il s'agit du FEDER, du FSE, du FEOGA et de l'IFOP. Ils co-financent les programmes mis en oeuvre au titre de la politique régionale européenne qui vise à réduire les écarts de développement existant entre les différentes régions de l'Union.

G

Gîte

Hébergement de loisirs équipé pour la location et comportant la possibilité d'y préparer des repas.

Gîte d'étape

Hébergement collectif, de type simple, disponible en priorité pour des randonneurs non motorisés, proposé à l'unité et situé sur un itinéraire de randonnée.

Gîte rural

Gîte situé en espace rural, aménagé ou créé par un particulier et loué pour une fin de semaine ou pour une ou plusieurs semaines. Ce sont des maisons ou des logements indépendants le plus souvent situés dans une ferme ou dans un village. On peut les louer en toute saison pour une ou plusieurs semaines ou même pour un week-end.

Gîte de France

Gîte répondant aux critères d'une «charte de qualité» établie par la Fédération Nationale des Gîtes de France.

Gîte équestre

Ce sont des gîtes ruraux classiques, mais dont les propriétaires possèdent un ou plusieurs chevaux de selle mis à la disposition des vacanciers.

Gîte Panda

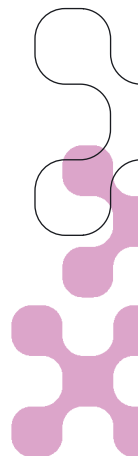
Forme d'hébergement rural labellisé par Gîtes de France. C'est un gîte rural répondant aux critères définis par W.W.F (World Wildlife Fund) et présentant des particularités en termes d'aménagement, de localisation, d'équipements propres à recevoir des clientèles amateurs de nature et respectueux de l'environnement.

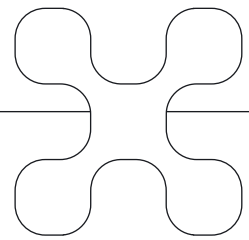
G.R.

Label octroyé par la Fédération Française de Randonnée Pédestre (F.F.R.P.). Le G.R. ou Itinéraire de Grande Randonnée est un itinéraire qui permet de traverser en plusieurs jours une région, un massif, voire des pays entiers.

G.R. de Pays

Label octroyé par la Fédération Française de Randonnée Pédestre (F.F.R.P.). Le G.R de Pays est un itinéraire conçu généralement en boucle qui permet en plusieurs jours de faire le tour d'un pays d'accueil touristique, d'une vallée, d'un parc naturel ou de tout autre territoire rendu solidaire par ses hommes, sa culture, son patrimoine.





H

Hébergement marchand

On entend par hébergement marchand tout hébergement à vocation commerciale dont l'utilisation par un touriste fait l'objet d'une vente. A l'inverse, l'hébergement non marchand regroupe tous les hébergements dont l'utilisation ne fait pas l'objet d'une consommation (exemple : hébergement en résidence secondaire, chez parents et amis...).

H. L. L.

Habitation Légère de Loisirs. Habitation destinée à l'occupation temporaire ou saisonnière, démontable ou transportable.

Réglementairement, elle ne peut être implantée que dans un cadre collectif : terrain de camping, terrain aménagé exclusivement pour le stationnement collectif des caravanes, parc résidentiel de loisirs, maisons familiales, villages de vacances. Leur édification est soumise à l'obtention d'un permis de construire dès lors qu'elles dépassent 35 m².

Hôtel de Tourisme

Établissement commercial d'hébergement classé, qui offre des chambres ou des appartements meublés en location, soit à une clientèle de passage, soit à une clientèle qui effectue un séjour caractérisé par une location à la semaine ou au mois, mais qui n'y élit pas domicile.

I

Identité

Ensemble d'éléments qui permettent de déterminer la nature d'un territoire et de le différencier des autres territoires. L'image, l'offre touristique, la topographie, l'aménagement sont autant de variables qui fondent l'identité des Bouches-du-Rhône.

Industrie touristique

Le Tourisme est parfois considéré comme une « industrie ». Il faut y voir là un abus de langage reposant sur une traduction imparfaite de l'expression anglaise « tourism industry » qu'il est préférable de traduire par activité, économie ou secteur.

Ingénierie

C'est l'étude d'un projet sous tous ses aspects (techniques, économiques, financiers, sociaux...) et qui nécessite un travail de synthèse coordonnant les travaux de plusieurs équipes de spécialistes. La capitalisation de savoirs complémentaires est le fondement de cette discipline.

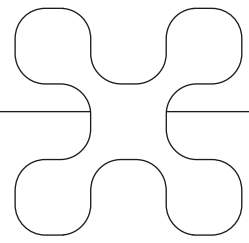
Intégrité

« C'est l'état d'une chose qui a toutes ses parties, qui n'a pas subi d'altération » (Larousse). Dans le cadre du tourisme, l'intégrité d'un territoire révèle sa capacité à préserver communément chacune de ses facettes (naturelle, économique, sociale, culturelle...). Un territoire intègre permet le développement économique sans que cela se fasse au détriment de son capital naturel et humain.

Intranet

Un intranet est un ensemble de services Internet (par exemple, un serveur web) interne à un réseau local. Il participe à une meilleure communication entre les personnes d'une même entreprise et reste invisible de l'extérieur.





L

Label : cf. Marque

C'est un signe de reconnaissance mis en place par un regroupement de professionnels indépendants désireux de bénéficier des avantages que constituent une marque commune. Ils doivent donc au préalable se mettre d'accord pour garantir un niveau identique et constant de qualité au consommateur. Le label est attribué par un organisme de contrôle externe placé sous la surveillance d'une administration.

Loisir

C'est une activité récréative pratiquée à son domicile ou hors de son domicile. C'est aussi le temps dont on dispose pour faire commodément quelque chose, en dehors de ses occupations habituelles et des contraintes qu'elles imposent.

Loisir de proximité

Ce sont des activités récréatives s'exerçant dans un environnement proche (par exemple, la périphérie des villes).

Low-cost

Littéralement «peu coûteux». Ce terme est employé pour définir les compagnies aériennes low-cost ou compagnies à bas prix. L'essor de ces compagnies en Europe date de 1997 quand la Commission Européenne décrète la déréglementation totale des transports aériens. Leur succès s'appuie sur une stratégie qui consiste à réduire au maximum les frais d'émission, de distribution, de contrôle, de personnel.

M

Maison de la France

Née en janvier 1987, Maison de la France rassemble les fonctions d'information et de promotion touristique. Sa mission est d'assurer la promotion du tourisme français en France et à l'étranger.

Marché cible

C'est un marché sur lequel une entreprise a décidé de concentrer ses actions de promotion, de communication et de commercialisation afin de sensibiliser sa clientèle potentielle à ses produits ou services. Un marché cible peut se définir selon l'origine géographique et/ou des caractéristiques propres à la clientèle ciblée (âge, sexe, catégorie socio-professionnelle...).

Mise en marché de l'offre

La mise en marché consiste à proposer sur le marché une offre de biens et/ou services qui ait été calibrée pour répondre aux attentes des consommateurs. Dans le cadre du tourisme, la mise en marché consiste à présenter aux clientèles ciblées l'offre touristique d'une destination.

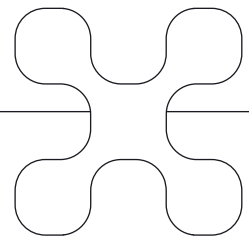
Monument historique

La loi du 31 décembre 1913 a pour but de protéger les immeubles et les objets qui présentent du point de vue de l'histoire, de l'art et de l'archéologie un intérêt certain. Elle s'applique essentiellement à des immeubles isolés qu'il convient de protéger.

Musée

Etablissement permanent, administré dans l'intérêt général en vue de conserver, étudier, mettre en valeur et exposer au public un ensemble d'éléments de valeur culturelle : collections d'objets artistiques, historiques scientifiques et techniques, jardins botaniques et zoologiques, aquariums.





N

Natura 2000 (Inventaire)

Inventaire préalable à la constitution du réseau Natura 2000 (réseau écologique cohérent de sites d'importance communautaire). A terme, le réseau Natura 2000 comprendra les zones de protection spéciales (Z.P.S) visant la conservation des espèces figurant à l'annexe 1 de la « Directive Oiseaux » et les zones spéciales de conservation (Z.S.C) visant la conservation des types d'habitats et d'espèces figurant aux annexes de la directive « habitats ».

Nuitée

Unité de compte de la durée du séjour, constituée d'une nuit par personne passée en hébergement hors de son domicile déclaré. Cette unité de mesure permet de mesurer la durée de séjour moyenne des touristes dans les lieux touristiques.

O

Office de Tourisme

Organisme local ou intercommunal classé qui a pour vocation de développer l'accueil, l'information, l'animation ainsi que la promotion et, s'il est titulaire d'une autorisation, la commercialisation touristique de son territoire.

Offre de différenciation

C'est une offre structurée et mise en valeur qui permet à une destination touristique de se démarquer de ses concurrents.

O.G.S (Opération Grand Site)

Cette politique a été initiée par la D.A.T.A.R. et la M.E.R.U. (Mission pour l'Environnement Rural et Urbain) et mise en place en 1979. Cette mesure s'applique aux sites classés au titre de la loi de 1930 confrontés à un problème de fréquentation touristique ou d'entretien pour lesquels des décisions de gestion du site s'imposent.

L'O.G.S a pour fonction de restaurer la qualité paysagère d'un site, de déterminer une politique d'entretien, d'identifier une structure responsable de la mise en action des programmes de valorisation et de favoriser le développement rural.

Opérateur

L'opérateur est une personne physique ou morale qui développe une activité dans le secteur du tourisme.

Organisateur de voyages (Expression et abréviation anglaises usuelles : Tour-operator , TO / Expressions françaises synonymes : Tour-Opérateur / Voyagiste).

C'est une entreprise commerciale qui programme des voyages et des séjours vers des destinations étrangères et/ou dans son propre pays et qui les vend directement et/ou par l'intermédiaire de distributeurs commissionnés.

Il y a les généralistes qui programment de multiples destinations et des formules de voyages et de séjours diversifiés, et les spécialistes qui concentrent leur production sur une seule destination ou une même formule de voyages ou bien pour une clientèle particulière.

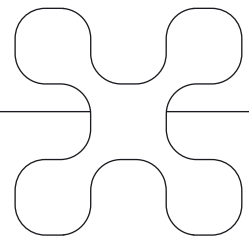
P

Parc national

Les parcs nationaux sont réglementés par la loi 60-708 du 22 juillet 1960 complétée par le décret 61-1195 du 31 octobre 1961. Ce sont des portions du territoire national préservés des interventions humaines afin d'en sauvegarder la beauté originelle et de conserver ses richesses naturelles. Il est composé de trois types d'espace : la zone périphérique, la zone centrale et la réserve intégrale.

L'aménagement, la gestion et la réglementation du parc sont confiés à un établissement public national à caractère administratif disposant d'un conseil d'administration composé d'élus locaux, de personnalités nommées par le ministère chargé de l'Environnement, de représentants des administrations intérieures.





Parc naturel régional (P.N.R)

Il a été créé par décret du 1er mars 1967 et du 24 octobre 1975. C'est un territoire de quelques milliers à quelques dizaines de milliers d'hectares, régi par une charte signée par les élus des communes concernées et généralement géré par un syndicat mixte. L'objectif est de concilier la protection de l'environnement, le développement économique et l'attractivité touristique.

Partenaire touristique

Des acteurs touristiques deviennent des partenaires à partir du moment où ils partagent un intérêt commun. Le partenariat suppose échange, confiance et association. Des partenaires avancent ensemble et nourrissent un projet commun de leurs valeurs ajoutées.

Pavillon Bleu

Label de qualité décerné annuellement par la Fondation pour l'Education à l'Environnement en Europe (FEEE). Les Pavillons Bleus sont décernés selon quatre critères :

- 1 - l'environnement général de la commune,
- 2 - gestion de l'eau,
- 3 - gestion des déchets,
- 4 - éducation à l'environnement.

Pays (cf. «Bassin de vie»)

Ce concept est développé dans les lois d'aménagement du territoire de 1992 et de 1995 qui incitent les communes à se regrouper en unités cohérentes (culturelles, géographiques, économiques, touristiques, etc.) afin de poser les bases d'un développement économique plus harmonieux et plus efficace. Ce n'est ni un échelon administratif, ni une collectivité territoriale.

Plan Départemental des itinéraires de Promenade et de Randonnée (P.D.I.P.R.)

Document institué en 1983 dont «l'objectif est de favoriser la découverte des sites naturels et de paysages en développant la pratique de la randonnée». Géré par le Conseil Général, il permet également de sauvegarder le patrimoine des chemins ruraux.

Plan marketing

Document qui présente la stratégie marketing d'un territoire et les actions envisagées pour mener à bien cette stratégie. Une première phase de diagnostic permet de dégager les tendances et les caractéristiques du marché touristique.

Et une seconde phase détermine les actions à mettre en œuvre sur chacun des marchés retenus, qu'ils soient présentés par thème ou par zone géographique.

Porteur de projet

C'est une personne physique ou morale qui a un projet et qui assume la responsabilité de concrétiser sa mise en œuvre. Dans le cadre touristique, un porteur de projet entreprend une action dont la réalisation participera au développement touristique du département.

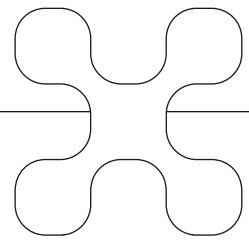
P.R.

Label octroyé par la Fédération Française de Randonnée Pédestre (F.F.R.P.). Le P.R. (Itinéraire de Promenade et de Randonnée) est un itinéraire de randonnée et de promenade en boucle, d'une durée assez courte (de quelques heures à une journée maximum).

Produit touristique

Elaboration d'une offre touristique mise sur le marché. Dans une définition restrictive, c'est un assemblage ou une combinaison de prestations et de services (hébergement, restauration, animation, transport, etc.) autour d'un site ou d'une activité particulière.





Q

Qualité

Il n'existe pas une qualité mais des qualités en fonction des usages qui sont faits du produit. Ainsi la qualité peut être technique, économique ou relative aux utilisateurs auxquels le service s'adresse. La politique de qualité s'inscrit dans le cadre de la stratégie marketing.

Qualification

Processus qui consiste à définir un produit ou un service d'après un ensemble de critères propres à sa qualité et à sa nature. Dans le domaine touristique, la qualification d'une activité touristique renseigne le consommateur sur ses qualités (caractéristiques endogènes) et sa nature (caractéristiques exogènes).

R

Randonnée

Ce terme, au sens de longue marche à caractère touristique, date des années 50. C'est un déplacement d'agrément d'un ou plusieurs jours qui demande de la résistance physique mais qui, à la différence de l'alpinisme, est dépourvu de dangers. Il comporte habituellement des étapes et se fait le plus souvent en moyenne montagne.

Relais de Gîtes

Service de réservation (parfois intégré au Service Loisirs - Accueil) ayant pour vocation la commercialisation des gîtes ruraux de son département. Certains proposent des produits de séjour à forfait, comprenant des activités sportives, culturelles ou de loisirs.

Résidence de tourisme

Établissement commercial d'hébergement classé, constituant un ensemble homogène de chambres ou d'appartements disposés en unités collectives ou pavillonnaires et doté d'équipements propres en matière de restauration, de services et d'animation.

Résidence secondaire

C'est un logement fixe autre que le logement principal et dont le propriétaire peut disposer à sa guise.

Résident

Personne qui a sa résidence sur un territoire considéré.

Route touristique

C'est un itinéraire touristique ayant pour thème le patrimoine bâti, des personnages célèbres, la gastronomie, la nature, etc. Ce sont des projets collectifs et structurants qui contribuent au développement local.

S

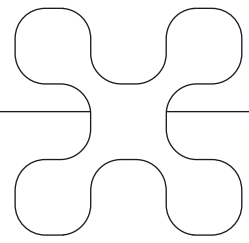
Salon

Manifestation de promotion des ventes destinée à des professionnels ou au grand public. Un salon est l'occasion de regrouper autour d'un ou de plusieurs thèmes communs un ensemble de prestataires pour présenter leur production à un public ciblé.

Séjour

Séjour en un lieu fixe ou circuit comprenant au moins une nuit (ou une nuitée). Prestation comprenant l'hébergement dans un même lieu et pendant plusieurs jours consécutifs. La définition exacte de l'INSEE est la suivante : un séjour est une période d'au moins quatre jours qui est fixe si l'individu est resté au même endroit.



**Séminaire**

C'est une rencontre à but éducatif, socio-éducatif ou culturel d'un groupe de personnes pendant une ou plusieurs journées autour de thèmes de travail, d'études, de réflexion. Le terme désigne aussi une réunion de formation et d'information interne à une entreprise et composée d'un petit groupe de travail de 20 à 50 personnes travaillant sur un thème spécifique.

Service Loisirs-Accueil

Organisme commercial à caractère para-public émanant d'un Comité Départemental de Tourisme et ayant pour vocation la conception, la réservation et la vente de produits touristiques réceptifs de son département (abréviation usuelle : S.L.A.).

Site classé

Ce sont des sites de caractère artistique, historique, scientifique, légendaire ou pittoresque dont la protection et la conservation doivent être assurées.

Site inscrit

La loi du 2 mai 1930 dispose qu'il est établi dans chaque département une liste des monuments naturels et des sites dont la conservation ou la préservation présente au point de vue artistique, historique, scientifique, légendaire ou pittoresque un intérêt général. L'objectif est la conservation des paysages et des sites pittoresques à caractère naturel.

Station classée

D'après la loi de 1919, des communes, fractions de communes ou groupements de communes qui offrent soit un ensemble de curiosités naturelles, pittoresques, historiques ou artistiques, soit des avantages résultant de leur situation géographique ou hydrominéralogique, de leur climat ou de leur altitude peuvent être érigées en stations classées.

Structuration

La structuration organise différents acteurs, et donc différentes activités, en un système cohérent. Dans le domaine touristique, la structuration d'une filière permet d'organiser les activités de nombreux prestataires autour de valeurs communes.

T**Table d'hôte**

Lieu ou étape de restauration offert dans un cadre familial, généralement en prolongement de la chambre d'hôte. Elle permet d'assurer la restauration de clients en chambre d'hôte, gîte rural, gîte de groupe ou en camping à la ferme. Cette possibilité de se restaurer n'est offerte qu'aux personnes logeant sur place, ce qui différencie la table d'hôte d'un restaurant.

Taux de pénétration

Le taux de pénétration (ou taux de couverture) désigne pour une entreprise sa capacité à atteindre les clientèles qu'elle a ciblées. Il représente le rapport entre le marché effectif et le marché potentiel d'un produit ou d'un secteur.

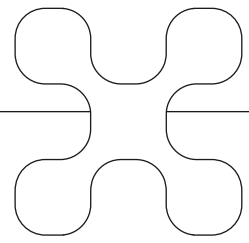
Taxe de séjour

Elle a été instituée en 1919 pour répondre à la nécessité de créer des ressources supplémentaires pour les communes qui recevaient à certaines périodes de l'année un nombre important de touristes et, de fait, avaient des charges supplémentaires. Peuvent instituer la taxe de séjour, les communes bénéficiant de la dotation pour les communes touristiques et thermales de la DGF (Dotation Globale de Fonctionnement), les communes du Littoral, les communes de Montagne et les communes qui réalisent des actions de promotion en faveur du Tourisme.

Taxe de séjour forfaitaire

La taxe forfaitaire, comme la taxe de séjour est facultative. Les communes peuvent l'instituer par une délibération du Conseil Municipal qui devra également préciser la nature des hébergements auxquels s'applique la taxe.





T.E.M.A. (Tourisme, Expertise, Médiation, Accompagnement)

Pour chaque demande, question ou projet, le Comité Départemental du Tourisme met gratuitement à disposition son expertise, ses compétences métiers, propose un accompagnement sur mesure qui va du conseil et de la mise en relation avec d'autres partenaires, à l'assistance dans chaque étape de réalisation du projet.

Thématiser

Processus qui consiste à classer une offre de services selon un thème déterminé à l'avance. Thématiser l'offre touristique, c'est regrouper des prestataires autour de thèmes qui représentent l'identité et la valeur ajoutée d'un territoire. Ces prestataires n'ont pas forcément le même métier mais ils sont de nature à représenter les mêmes valeurs d'un territoire, et pourquoi pas à travailler ensemble.

L'objectif est de rendre plus lisible l'offre touristique aux yeux du public et de mettre en avant les avantages d'un territoire vis à vis des destinations concurrentes.

Topoguide

C'est une brochure présentant le parcours d'un sentier, en général déjà balisé, ou d'une voie d'eau. Les topoguides comportent des cartes, des descriptions de trajet, des informations pratiques et souvent des commentaires sur les pays et les monuments, ainsi que des rappels historiques.

Tourisme d'affaires

Le terme désigne l'ensemble des voyages déterminés par l'activité économique.

Il comprend les déplacements individuels à but professionnel, les réunions (congrès, colloques et séminaires), la participation à des salons comme exposant ou comme visiteur et les voyages d'études et les voyages de stimulation.

Tourisme durable

On entend par « développement touristique durable », toute forme de développement, aménagement ou activité touristique qui respecte et préserve à long terme les ressources naturelles, culturelles et sociales et contribue de manière positive et équitable au développement économique et à l'épanouissement des individus qui vivent, travaillent ou séjournent sur ces espaces.

Touriste

Tout visiteur dont le séjour dans le pays visité comporte au moins une nuit ou est supérieur à 24 heures. Le motif peut être soit personnel (agrément, visite à de la famille ou à des amis...) soit professionnel (mission, réunion...).

Touristicité

Ce terme désigne le caractère fonctionnel touristique d'un espace. Il qualifie cet espace touristique en termes de poids économique (degré d'insertion économique) et en termes de présence dans le paysage et d'aménagement du territoire (degré d'insertion spatiale).

Le degré de touristicité s'apprécie à travers une multitude d'indices : parcs d'hébergements, statistiques de fréquentation, chiffres d'affaires des entreprises touristiques, etc.

U

Utilisateur

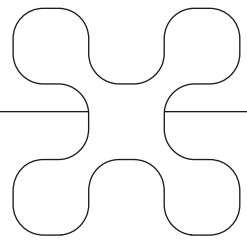
C'est une personne physique ou morale qui fait appel au CDT pour toute information liée au tourisme dans le département. Ce peut être un professionnel, une institution ou un particulier. L'utilisateur bénéficie de l'ensemble des services proposés par le CDT en matière d'information touristique, de gestion de projet et d'aide à la décision.

V

Valeur ajoutée

La valeur ajoutée se comprend ici comme l'offre touristique d'une destination qui mérite d'être valorisée car elle se différencie de ce que proposent les autres destinations. (Cf. avantage concurrentiel).





Veille stratégique

Elle consiste à mettre en œuvre des dispositifs récurrents et méthodiques pour collecter, traiter, analyser et diffuser l'information. Contrairement à l'étude qui a un caractère ponctuel, la veille est permanente et permet de rendre compte des évolutions dans le temps d'une économie, d'un secteur ou d'un produit. Dans le cadre du tourisme, l'enjeu est de connaître les tendances et les perspectives de l'offre et de la demande touristique afin d'anticiper le mieux possible le tourisme de demain.

Village de vacances

Ensemble d'hébergements faisant l'objet d'une exploitation globale de caractère commercial ou non, destiné à assurer des séjours de vacances et de loisirs, selon un prix forfaitaire comportant la fourniture de repas ou de moyens individuels pour les préparer et l'usage d'équipements collectifs permettant des activités de loisirs sportifs et culturels.

Sources :

<http://dicotourisme.ifrance.com/dicotourisme/>

Ph. Kerourio , Dicotour version 1 , Aix-en-Provence , 10 juillet 2001

