
General Assembly

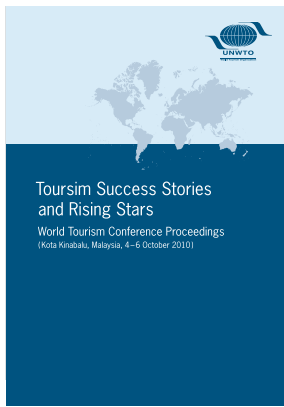
Nineteenth session

Gyeongju, Republic of Korea, 8-14 October 2011

A/19/ref.doc.pub. rev.1
Madrid, 30 September 2011
Original: English

Publications Catalogue

Reference document



**Tourism Success Stories and Rising Stars –
World Tourism Conference Proceedings**
(Kota Kinabalu, Malaysia, 4–6 October 2010)

2011 | 131 p. | 29 €

ISBN English: 978-92-844-1394-2

**Historias de éxito y estrellas nacientes del turismo
Actas de la Conferencia Mundial del Turismo**
(Kota Kinabalu, Malasia, 4–6 octubre 2010)

**Les étoiles montantes du tourisme : exemples de succès
Rapport de la Conférence mondiale sur le tourisme**
(Kota Kinabalu, Malaisie, 4–6 octobre 2010)

E *Tourism Success Stories and Rising Stars* resulted from the World Tourism Conference (WTC) 2010 which was organised at a time when the tourism industry was gradually recovering from the exceptionally challenging time it had experienced under the influence of the global economic crisis.

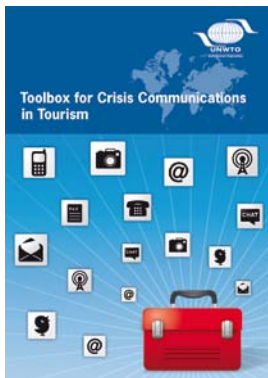
In accordance with UNWTO's Roadmap on the recovery of international tourism from the crisis, WTC 2010 aimed at examining the strategies of leading destinations and organisations for the acceleration of growth in the tourism industry.

Tourism Success Stories and Rising Stars thus contains examples of success stories and best practices of pacesetter destinations and organisations in the tourism industry. It covers topics ranging from the creation of tourism businesses, service excellence, country branding to tourism product development and marketing.

S *Historias de éxito y estrellas nacientes del turismo* tiene su origen en la Conferencia Mundial de Turismo de 2010, organizada en un momento en que el sector turístico se recuperaba gradualmente de una época excepcionalmente difícil vivida bajo la influencia de la crisis económica global. En sintonía con la Hoja de ruta para la recuperación del turismo internacional tras la crisis, elaborada por la OMT, la Conferencia de 2010 estuvo dedicada a examinar las estrategias de grandes destinos y organizaciones para acelerar el crecimiento del sector.

Historias de éxito y estrellas nacientes contiene, por lo tanto, ejemplos de historias de éxito y prácticas recomendadas de destinos y organizaciones que han marcado pauta en el sector turístico. Los temas que se cubren van desde la creación de empresas turísticas hasta la excelencia de los servicios, pasando por la creación de una marca de país o el desarrollo y el marketing de productos turísticos.

F La publicación *Les étoiles montantes du tourisme : exemples de succès* est le résultat de la Conférence mondiale sur le tourisme de 2010 qui a été organisée à un moment où le secteur se relevait graduellement d'une période particulièrement difficile suite à la crise économique globale. De concert avec la Feuille de route de l'OMT pour la relance du tourisme international après la crise, la Conférence de 2010 s'est consacrée à examiner les stratégies d'accélération de la croissance du secteur de la part de grandes destinations et organismes de tourisme. *Les étoiles montantes du tourisme : exemples de succès* contient des exemples de réussites et de bonnes pratiques des destinations et d'organismes leaders du secteur du tourisme. La publication couvre des sujets variés qui s'étendent de la création d'entreprises touristiques, à l'excellence en matière de service, en passant par la création de marques de pays, ou encore le développement de produits de tourisme ainsi que leur commercialisation.



Toolbox for Crisis Communications in Tourism

2011 | 119 p. | 75 €

Herramientas de comunicación de crisis en Turismo

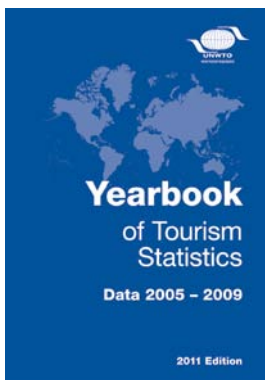
ISBN English: 978-92-844-1365-2

Boîte à outils de communication de crise en matière de tourisme

E Crisis communications is a crucial element of a good crisis management system. It helps limit the negative impact of a crisis by addressing the information needs of all industry stakeholders in an efficient, timely and responsible manner. Against this background, UNWTO has developed for the National Tourism Organizations (NTOs), Destination Management Organizations (DMOs) and private sector organizations involved in travel and tourism, this comprehensive, up-to-date *Toolbox on Crisis Communications in Tourism*. It includes step-by-step protocols, checklists, sample templates configured by type of crisis and media categories, guidelines for measuring effectiveness, best practices and a special chapter fully dedicated to the use of social media in times of crisis. This Toolbox serves as a *practical* guide for travel and tourism stakeholders, to effectively address the challenges generated by crises.

S La comunicación de crisis es un elemento crucial de un buen sistema de gestión de crisis. Ayuda a limitar el impacto negativo de una crisis al afrontar las necesidades de información de todos los agentes del sector de manera eficiente, puntual y responsable. En este contexto, la OMT ha elaborado para las organizaciones nacionales de turismo (ONT), las organizaciones de gestión de destinos (OGD) y las organizaciones del sector privado que trabajan en el campo de los viajes y el turismo estas Herramientas de comunicación de crisis. La publicación incluye protocolos «paso a paso», listas de verificación, plantillas de muestra configuradas por tipo de crisis y categoría mediática, directrices para medir la eficacia, prácticas recomendadas y un capítulo especial dedicado especialmente al uso de los medios sociales en situaciones de crisis. Las Herramientas constituyen una guía práctica para los agentes de los viajes y el turismo, que les permitirán afrontar eficazmente los retos generados por las crisis.

F La communication est un élément crucial d'un bon système de gestion des crises. Elle contribue à limiter l'impact négatif d'une crise en satisfaisant les besoins d'information de tous les acteurs du tourisme d'une façon efficace, opportune et responsable. Dans ce contexte, l'OMT a développé pour les organisations nationales de tourisme (ONT), les organisations de gestion de destination (OGD) et les organisations du secteur privé qui travaillent dans le secteur des voyages et du tourisme, cette *boîte à outils complète et mise à jour sur la communication de crise en matière de tourisme*. Cette publication inclut des *modi operandi* « pas à pas », des listes de contrôle, des exemples organisés par type de catégories de crise et de médias, des directrices sur la mesure de la performance, des bonnes pratiques, ainsi qu'un chapitre spécial entièrement consacré à l'utilisation des médias sociaux en périodes de crise. Cette boîte à outils constitue un *guide pratique* pour les acteurs du secteur des voyages et du tourisme leur permettant d'affronter de manière efficace les défis générés par les crises.



Yearbook of Tourism Statistics, Data 2005–2009
(2011 Edition)

Anuario de estadísticas de turismo, 2005–2009
(Edición 2011)

Annuaire des statistiques du tourisme, 2005–2009
(édition 2011)

2011 | 864 p. | 175 € | hard cover

ISBN trilingual: 978-92-844-1392-8

E The 2011 edition of the *Yearbook of Tourism Statistics* provides for 201 countries and territories data on total arrivals and overnight stays associated to inbound tourism with breakdown by country of origin for the period 2005–2009.

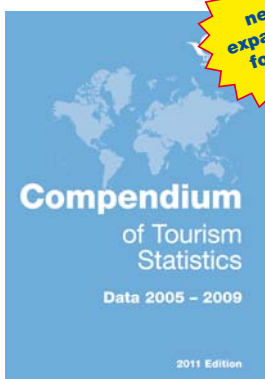
The titles of the tables are in English only. Notes are given in English, French and Spanish. Names of countries, regions and sub-regions, as well as the classification included on the tables are in English only. Countries are classified in accordance with the English alphabetical order.

S La edición de 2011 del *Anuario de estadísticas de turismo* proporciona datos de 201 países y territorios sobre llegadas y pernoctaciones totales asociadas al turismo receptor, con un desglose por país de origen, para el periodo 2005–2009.

Los títulos de los cuadros están solo en inglés, pero las notas se ofrecen en español, francés e inglés. Los nombres de los países, las regiones y las subregiones, así como la clasificación incluida en los cuadros están solo en inglés y los países se clasifican siguiendo el orden alfabético en dicho idioma.

F L'édition 2011 de l'*Annuaire des statistiques du tourisme* fournit, pour la période 2005–2009, des données sur le total d'arrivées et de nuitées associées au tourisme récepteur de 201 pays et territoires avec une ventilation par pays d'origine.

Les titres des tableaux ne figurent qu'en anglais. Les notes sont en anglais, français et espagnol. Les noms des pays, régions et sous-régions ainsi que les classifications des tableaux ne figurent qu'en anglais. Les pays sont classés par ordre alphabétique anglais.



Compendium of Tourism Statistics, Data 2004–2008
(2010 Edition)

Compendio de estadísticas de turismo, 2004–2008
(Edición 2010)

Compendium des statistiques du tourisme, 2004–2008
(édition 2010)

2011 | 640 p. | 125 € | hard cover

ISBN trilingual: 978-92-844-1389-8

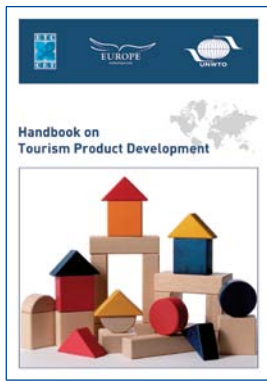
E The 2011 edition of the *Compendium of Tourism Statistics* has been considerably expanded and its new format features information on inbound, outbound and domestic tourism, tourism industries and employment as well as macroeconomic international tourism related indicators. Much more than an update on previous Compendium editions, the new publication responds to countries' petitions for enlarging the focus of tourism to also domestic tourism, tourism industries and employment, as well as the need for further international comparability on these aspects. The Compendium is designed to provide a condensed and quick-reference guide on the major tourism statistical data and indicators in each country. It provides statistical information on tourism in 212 countries and territories from around the world for the period 2005–2009 and is available in English, with country notes given in English, French and Spanish.

S La edición de 2011 del Compendio de estadísticas de turismo de la OMT se ha ampliado considerablemente y contiene en su nuevo formato información sobre el turismo receptor, emisor e interno, sobre las industrias turísticas y sobre el empleo, así como indicadores macroeconómicos relacionados con el turismo internacional. Más allá de una actualización de las anteriores ediciones del Compendio, esta nueva publicación responde a las solicitudes de diversos países de que se expandiera el foco de atención a ámbitos tales como el turismo interno, las industrias turísticas y el empleo en turismo, así como a la necesidad de incrementar la comparabilidad internacional de estos aspectos.

El Compendio quiere ser una guía de referencia rápida y condensada de los principales datos estadísticos e indicadores relacionados con el turismo de cada país. Ofrece información estadística sobre 212 países y territorios del mundo durante el periodo 2005–2009 y se publica en inglés, con las notas de los países en español, francés e inglés.

F L'édition 2011 du *Compendium des statistiques du tourisme* s'est considérablement enrichie et présente, dans son nouveau format, des informations sur le tourisme récepteur, émetteur et interne, sur les industries touristiques et sur l'emploi dans le secteur, ainsi que des indicateurs macroéconomiques internationaux liés au tourisme. La nouvelle publication, qui va bien au-delà d'une simple mise à jour des éditions précédentes, répond d'une part à la demande de pays désireux de voir cette étude s'enrichir de données sur le tourisme interne, les industries touristiques et l'emploi, et d'autre part au besoin d'une meilleure comparabilité internationale dans ces domaines.

Le Compendium se veut un guide condensé et facile à consulter des principaux indicateurs et données statistiques sur le tourisme dans chaque pays. Il fournit des informations statistiques sur le tourisme dans 212 pays et territoires du monde entier pour la période 2005–2009. Il est disponible en anglais et les notes relatives aux pays sont en anglais, français et espagnol.



Handbook on Tourism Product Development

2011 | 154 p. | 75 €

Manual sobre desarrollo del producto turístico

ISBN English: 978-92-844-1395-9

Manuel sur le développement de produits touristiques

E Tourism products are the basis for a destination's tourism sector operation: unless the tourism product meets the needs and expectations of tourists, the destination cannot realise its full potential. However, only few destinations focus their attention on the development and delivery of the various attractions and activities that make up the tourism product. The UNWTO/ETC Handbook on Tourism Product Development outlines the essential elements in the process of tourism product development planning and implementation e.g. coordination, consultation, collaboration – co-opetition. It illustrates these principles through a range of successful approaches and case studies from around the world, and sets out best practice examples and benchmarks by which destinations can assess their own product development system and methods.

S Las operaciones de un destino turístico se basan en los productos turísticos. En efecto, cuando éstos no corresponden a las necesidades y expectativas de los turistas, no se puede aprovechar plenamente el potencial de dicho destino. A pesar de ello, sólo unos pocos destinos centran su atención en el desarrollo y en la oferta de diversas atracciones y actividades que aporten un valor añadido al producto turístico. El manual de la OMT y CET sobre Desarrollo del producto turístico presenta los elementos fundamentales del proceso de planificación y aplicación del desarrollo de un producto turístico, a saber: coordinación, consultas, colaboración y competencia; ilustra esos principios mediante una serie de conceptos y estudios de casos llevados a cabo con éxito en todo el mundo; y presenta ejemplos de mejores prácticas y referencias que los destinos pueden utilizar para evaluar sus propios sistemas y métodos de desarrollo de productos.

F Sans produits touristiques, une destination touristique ne peut se développer et si ses produits ne répondent pas aux besoins et aux attentes des touristes, il lui sera impossible de réaliser tout son potentiel. Pourtant, rares sont les destinations qui se penchent sur la façon de développer et d'offrir les curiosités et les activités qui entrent dans la composition du produit touristique. Le manuel OMT/CET intitulé Le développement de produits touristiques précise les éléments essentiels à prendre en compte pour planifier et développer des produits touristiques comme la coordination, la consultation, la collaboration ou la concurrence. Il illustre ces principes en présentant des approches et des études de cas qui ont été couronnées de succès dans diverses parties du monde et il propose des exemples de bonnes pratiques et des références qui permettront aux destinations d'évaluer leurs propres systèmes et méthodes de développement de produits.



Handbook on E-marketing for Tourism Destinations

2011 | 318 p. | 75 €

Manual de marketing electrónico para destinos turísticos

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

ISBN Spanish: 978-92-844-1362-1

Manuel de cybermarketing pour les destinations touristiques

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

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

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

The UNWTO Elibrary ! The best place to purchase UNWTO electronic documents. www.e-unwto.org

¡ La Elibrary de la OMT ! El mejor sitio para adquirir documentos electrónicos OMT. www.e-unwto.org
L' Elibrary de l' OMT ! Le meilleur site où acheter les documents électroniques de l' OMT. www.e-unwto.org



E For more information, see page 4.

S Véase página 4 para mayor información.

F Voir page 4 pour plus d'information.

It includes

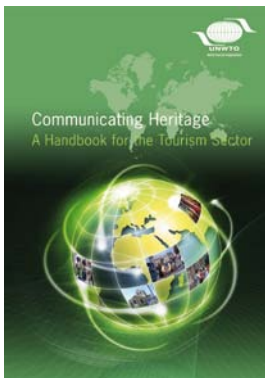
- more than 1 000 publications since 1970
- biggest collection of publications in the field of travel and tourism
- nearly 900 electronic tables within the Tourism Factbook
- fast and secure access, via IP or password authentication
- the **Tourism Factbook**:
 - offers access to the most up-to-date statistics on inbound and outbound tourism and other indicators
 - gives information for more than 200 countries and territories
 - is available in PDF or Excel spreadsheet format.

Incluye

- más de 1 000 publicaciones desde el año 1970
- la mayor colección de publicaciones online en el ámbito del turismo
- cerca de 900 tablas con datos electrónicos dentro del Tourism Factbook
- rápido y seguro acceso a los contenidos, por IP o clave de acceso
- el **Tourism Factbook**:
 - acceso a las estadísticas más actuales del turismo receptor-emisor, además de otros indicadores
 - información acerca de más de 200 países y territorios
 - datos disponibles en formato PDF u hojas de cálculo Excel .

Elle regroupe

- plus de 1 000 documents produits par l'OMT depuis 1970
- la collection la plus importante d'informations disponibles en ligne concernant le secteur du tourisme
- près de 900 tableaux de données dans le Tourism Factbook
- accès aux données rapide et sûr, par IP ou code d'accès
- le **Tourism Factbook**:
 - donne accès aux statistiques les plus récentes du tourisme récepteur et émetteur et autres indicateurs
 - fournit également des informations sur plus de 200 pays et territoires
 - toutes disponibles en format PDF ou sur feuille de calcul Excel.



Communicating Heritage – A Handbook for the Tourism Sector

2011 | 158 p. | 45 €

Comunicación del patrimonio – Un manual para el sector turístico

ISBN English: 978-92-844-1375-1

Communication sur le patrimoine – Un manuel pour le secteur du tourisme

E This publication aims at improving the ability of the tourism sector to develop and present destinations and heritage sites in a more comprehensive manner, by providing guidance on the development of successful and effective heritage communications strategies and policies. It addresses a range of issues that arise in the delivery of heritage communication, presents current trends and proposes a variety of tools, including an outline structure for training workshops, to effectively communicate heritage values to visitors and prospective visitors, thus contributing to the building of memorable tourist experiences and greater appreciation and support for the conservation of the sites visited.

S Esta publicación tiene como objetivo mejorar la capacidad del sector turístico de desarrollar y presentar destinos y sitios de patrimonio de una forma más completa, facilitando orientación sobre cómo formular estrategias y políticas productivas y eficaces en materia de comunicación del patrimonio. Trata de una serie de cuestiones relacionadas con el asunto, presenta las tendencias actuales y propone diversas herramientas, en particular un proyecto para estructurar cursos de formación destinados a potenciar una comunicación eficiente de los valores del patrimonio a los visitantes y posibles turistas, contribuyendo así a que éstos vivan una experiencia turística inolvidable, fomentando un mayor interés por los sitios visitados y apoyando la conservación de los mismos.

F Cette publication vise à améliorer la capacité du secteur touristique à élaborer une communication pour présenter des destinations et des sites du patrimoine de façon plus exhaustive. Elle contient donc des conseils pour concevoir des stratégies et des politiques de communication du patrimoine fructueuses et efficaces. Elle aborde une vaste gamme de questions concernant la façon de communiquer sur le patrimoine, présente les tendances actuelles et propose un ensemble d'instruments, comme la structure préliminaire d'ateliers de formation, conçus pour communiquer avec succès les valeurs du patrimoine aux visiteurs actuels et futurs. Elle contribue par conséquent à la création d'expériences touristiques mémorables qui permettront de mieux apprécier et de soutenir la conservation des sites visités.