

DIZIONARIO DI VIAGGIO

A

A.A.C.S.T.

Azienda Autonoma di Cura, Soggiorno e Turismo . L'azienda ha il compito di incrementare e migliorare il sistema turistico esistente nel territorio in cui opera; identificabile generalmente con il Comune di appartenenza e svolge la sua attività promopubblicitaria. Si tratta di un ente cosiddetto *subregionale*; viene considerato un operatore turistico pubblico, ma senza scopo di lucro.

ACCOMPAGNATORE TURISTICO - CORRIERE TURISTICO - TOUR CONDUCTOR - TOUR LEADER - TOUR ESCORT

Cinque locuzioni, per definire un'identica professione o attività, che comunque vengono usate promiscuamente nelle agenzie di viaggio; ma vediamo l'esatto significato.

Accompagnatore: è colui che accompagna, in qualità di responsabile, un gruppo o una comitiva di persone.

Corriere: è colui che esercita un *servizio*, nel nostro caso, turistico, ma che potrebbe essere anche diplomatico, postale ecc.

Tour-conductor: guida di persone (quindi di turisti), controllore, ecc.

Tour-leader: capo, dirigente, comandante. **Tour-escort:** colui che accompagna un viaggio organizzato a favore di un gruppo.

Come si vede tutti i vocaboli usati sono sinonimi, tuttavia alcuni studiosi affermano che il *capo-gruppo* potrebbe identificarsi col promotore del viaggio ed è un *appartenente al gruppo*, mentre il corriere è il vero *conduttore* o *capo-responsabile* della comitiva turistica. La legge sul turismo (nota come *legge quadro*) n. 217 del 17 maggio 1983 all'art. 11, comma quarto, recita testualmente: "*È accompagnatore turistico o corriere chi, per professione, accompagna persone singole o gruppi di persone nei viaggi attraverso il territorio nazionale o all'estero; fornisce elementi significativi e notizie di interesse turistico sulle zone di transito al di fuori dell'ambito di competenza delle guide...*"

ADV (Adv)

La sigla sta ad indicare le tre parole **AGENTI DI VIAGGIO** che negli scritti (articoli di giornali e simili) sono riprodotte con la A e V (maiuscole) mentre la consonante D si usa scriverla in minuscolo.

Tutti conoscono il significato dell'espressione ma desideriamo ricordare che l'etimologia delle parole *Agente* deriva dal verbo latino *agere* con l'evidente significato di *agire, fare, organizzare* ecc.

In senso lato dunque tutti coloro che si occupano di viaggi si possono definire Agenti di viaggio, per cui tale appellativo non può considerarsi esclusivo dei Tour Operators o dei Travel Agents.

A.T.B. (M.P.D.)

Queste due sigle pur non essendo ancora attuali nel settore turistico-agenziale-aereo, saranno e diventeranno di uso comune entro breve tempo poiché letteralmente stanno a significare *Automated Ticket Boarding (pass)* e *Multiple Purpose Document*. In sostanza si tratta (in base al rapporto della recente Conferenza IATA sul Traffico) della realizzazione di un documento unico di viaggio (il primo) che comprende il *biglietto aereo* e *la carta di imbarco* e costituirà una formula universale per il trasporto aereo internazionale. Il secondo documento (MPD) è destinato a regolare tutte le transazioni di viaggio esistenti tra un agente di viaggio IATA e un vettore aereo.

ADVERTISING

Deriva dal verbo inglese *to advertise* (= annunziare, fare pubblicità). Il vocabolo, del resto molto noto ed usato nel settore Marketing, può essere considerato come *aggettivo* ed allora significa *pubblicitario*, ma anche come *sostantivo* col significato di *pubblicità*. Di dominio pubblico è anche la locuzione italo-inglese: *spot pubblicitario*, cioè breve comunicato

pubblicitario radiofonico (soltanto verbale) e televisivo (supportato anche da brevi filmati).

AGENCY BOARD

Si tratta di una espressione idiomatica molto frequente nel settore aereo poiché riguarda, l'organizzazione internazionale IATA. Il significato tecnico in lingua italiana è: *Consiglio Agenziale d'Area* e sta per indicare ciascuno dei tre Consigli d'Amministrazione Agenziale creati per le aree IATA dalla Conferenza Agenziale Passeggeri. Le aree di conferenza IATA, concernenti il traffico dei passeggeri sono tre: la N. 1 comprende il Nord e il Sud America; la N. 2 comprende l'Europa, l'Africa e parte del medio oriente; la N. 3 comprende l'Asia e l'Oceania.

AGENTE MARITTIMO

Sta ad indicare la persona *mandataria degli armatori per assicurare, a loro nome, in un determinato porto, tutte le operazioni in rapporto al movimento delle navi: arrivo e partenze, sbarco e imbarco dei passeggeri e delle merci.*

L'Agente marittimo inoltre si occupa delle relazioni e dell'espletamento di tutte le pratiche burocratiche con le autorità amministrative locali, in rapporto sempre al servizio e al traffico marittimo portuale.

AGENZIA

Vocabolo derivante dal verbo latino il cui paradigma è: *ago, agis, egi, actum, agere* (fare, agire, lavorare ecc.). Si tratta di un'impresa *intermediaria* d'affari oppure, impresa fornitrice di servizi. La legge n. 217 del 17 Maggio 1983, meglio nota come *legge quadro per il turismo*, definisce le Agenzie di viaggio come segue: "Sono Agenzie di viaggio e turismo le imprese che esercitano attività di produzione, organizzazione di viaggi e soggiorni, intermediazione nei predetti servizi o anche entrambe le attività, ivi compresi i compiti di assistenza e di accoglienza ai turisti, secondo quanto previsto dalla convenzione internazionale relativa al contratto di viaggio (CCV) di cui alla legge 27 dicembre 1977, n. 1084. L'esercizio di cui al comma precedente è soggetto ad autorizzazione regionale. (Art. 9 comma 1 e 2). Molte regioni, che hanno legiferato in materia distinguono due specie di Agenzie di viaggi: GROSSISTI e DETTAGLIANTI. La Regione Lazio ad esempio all'art. 3 riguardante l'attività delle agenzie di viaggi e turismo, stabilisce testualmente: *Le Agenzie di viaggi e turismo svolgono, in via esclusiva, congiuntamente o disgiuntamente le seguenti attività:*

- A) *l'organizzazione e la produzione di soggiorni, viaggi e crociere, per via terrestre, marittima ed aerea per singole persone o gruppi;*
- B) *l'intermediazione mediante vendita diretta al pubblico di titoli di trasporto, di soggiorni, viaggi e crociere.*

AGREEMENT

L'origine etimologica del vocabolo è latina: *ad gratum*, trasformato nel moderno francese *agrément*.

Il termine inglese è riportato nei migliori vocabolari della lingua italiana con l'ovvio significato di *gradimento, consenso, accordo*. Nel settore turistico la parola *agreement* viene normalmente usata nei contratti stipulati dai Tour-operators italiani con i Corrispondenti e Partners stranieri.

Il termine inoltre sta ad indicare gli accordi fra le Agenzie di viaggi (concessionarie della biglietteria aerea internazionale) e le Compagnie aeree; tali accordi sono sanciti dal *Passengers Sales Agency Agreement* della IATA con sede a Ginevra.

A.I.H.

Sono le iniziali dei vocaboli *Association International de l'Hôtellerie*.

Tale associazione in realtà è una convenzione o accordo che regola i rapporti tra Albergatori e Agenzie di viaggi. Fondata nel 1963 ha avuto successive modifiche nel 1971 e nel 1979.

Quest'ultima edizione è importante perché all'art. 12 introduce un documento sostanziale e fondamentale nei rapporti tra albergatori e agenzie di viaggi, cioè l'uso del Voucher che viene riconosciuto come una garanzia di pagamento.

Inoltre il citato art. 12, al comma 2 e 3 stabilisce una distinzione tra *Voucher semplice* e *Voucher full credit* con particolare ed esplicito riferimento alla *commissione pagabile all'agenzia di viaggi*.

A.I.P.

La sigla costituisce le iniziali dei vocaboli inglesi *Agency Investigation Panel* (=Commissione di Investigazione Agenziale). Sta ad indicare una commissione composta da rappresentanti di Compagnie aeree IATA in un determinato territorio (es. l'Italia), creata di tanto in tanto dal Consiglio Agenziale d'Area al fine di eseguire particolari compiti assegnati dal tal Consiglio alla stessa Commissione.

ALLOTMENT

Questo vocabolo inglese può essere tradotto in lingua italiana con: *parte, porzione, spartizione*, ma senza alcuna attinenza turistica. Ha un preciso significato turistico invece, allorché si tratta di un particolare rapporto tra Hotels e Agenzie di Viaggio per la prenotazione e l'uso di un certo numero di camere e per un determinato periodo. La Convenzione Internazionale tra la FUAAV (Agenzie di Viaggio) e l'AIH (Associazione Albergatori) negli art. 47 - 48 - 49 e 50, pur non usando il vocabolo *allotment*, spiega chiaramente trattarsi di un certo numero di camere (contingentamento) che l'albergatore mette a disposizione dell'Agenzia di Viaggio a particolari condizioni riguardanti: a) il numero delle camere; b) il prezzo convenuto che può prevedere il pagamento del *vuoto-pieno*; c) il periodo di durata dell'impegno reciprocamente assunto. In senso lato si può parlare di *allotment* anche quando un *Tour-Operator* effettua un contingentamento aereo od anche marittimo, allorché vengono organizzate crociere in pool con altri operatori turistici.

AMERICAN BREAKFAST

L'espressione "American Breakfast" vuol dire *Piccola Colazione all'Americana*. Si tratta in realtà di un pasto quasi *principale* (anche se consumato al mattino) dato che solitamente è formato da latte - caffè - burro - marmellata - uova - pancetta - pane - succhi vari ecc. Tale pasto piuttosto sostanzioso va diffondendosi sempre più non solo nel mondo "anglo-sassone", ma anche nei paesi "latini". L'abbondanza del pasto tuttavia contrasta con l'etimologia della parola "breakfast" che letteralmente significa "rompere, frangere, spezzare in fretta": in pratica dovrebbe trattarsi di un pasto "veloce" e "frugale" come lo è in realtà il "CONTINENTAL BREAKFAST" composto da una quantità minore e quindi differente anche nel prezzo. Simile all'american breakfast è il *Meat breakfast* (piccola colazione a base di carne) e l'*English breakfast* (=piccola colazione all'Inglese). Tali "*Piccole colazioni*" che possiamo definire "arricchite" vengono servite solitamente presso gli Alberghi di 5 stelle (categoria lusso) ma anche di 4 stelle (cioè di prima categoria). In molti tariffari alberghieri il *Continental Breakfast* viene incluso nel prezzo della camera, mentre il *Meat - English* o *American Breakfast* viene evidenziato con un prezzo supplementare, variante anche in base alla categoria dell'albergo.

AMERICAN PLAN (A.P.)

In alcuni cataloghi o *annuari* alberghieri a carattere internazionale, in calce alle varie tariffe o prezzi delle camere, si trova l'annotazione che è possibile prenotare le camere, ma con l'obbligo del *PIANO AMERICANO*, cioè unitamente ai pasti. In alcuni termini l'espressione idiomatica *PIANO AMERICANO* sta a significare *PENSIONE COMPLETA* (tre pasti al giorno: Piccola colazione - Pranzo - Cena). Per altri alberghi invece la prenotazione delle camere viene subordinata alla *MEZZA PENSIONE*, cioè oltre la Piccola colazione si richiede come obbligatoria la consumazione di un solo pasto principale che può essere (a scelta del turista) il Pranzo oppure la Cena (oggi corrisponde sempre alla cena ndr). La corrispondente locuzione anglo-americana della *mezza pensione* è: *MODIFIED AMERICAN PLAN* (=Piano Americano

modificato). (M.A.P.) l'obbligo dell'*American plan* o del *Modified American Plan* solitamente è richiesto (soprattutto durante di periodo di alta stagione turistica) dagli alberghi che hanno un proprio ristorante.

Va tuttavia precisato che le suddette espressioni idiomatiche erano molto in uso fino a circa gli anni 70, ma sempre presso gli esperti del settore alberghiero e delle Agenzie di viaggio; attualmente sono cadute in disuso, tanto che - proprio in America - le camere d'albergo vengono riservate senza la Piccola Colazione.

APPROVED-AGENT

Questa locuzione, tipica nella terminologia IATA, sta a significare un *Agente approvato* e idoneo alla vendita della biglietteria area internazionale per i passeggeri.

Talvolta viene chiamato semplicemente *Agent*. In ogni caso il nominativo dell'Agente, dopo la nomina rituale, viene inserito nella *Lista Agenziale* della IATA.

A.P.T. - E.P.T.

La *legge-quadro* per il turismo n. 217 del 17 maggio 1983 all'art. 4 indica i compiti delle AZIENDE di PROMOZIONE TURISTICA (A.P.T.) che in sostanza sostituiscono gli ENTI PROVINCIALI per il TURISMO (E.P.T.) istituiti in ogni Provincia con R.D.L. n. 1425, il 2 giugno 1935.

Va però precisato che il cambiamento (tra EPT e APT) deve essere effettuato dalla Regione per competenza giuridica. Nei mutamenti avvenuti si è verificata una disparità incomprensibile; infatti in alcune Regioni è stata cambiata soltanto la vocale; in altre è stato ridotto il numero, mentre per altre è stato ampliato, seguendo criteri puramente soggettivi. In realtà i cambiamenti sono pressoché apparenti da che i motivi istituzionali restano tuttora vigenti.

ASSOTURISMO

Si tratta di un organismo costituito da un certo numero di associazioni provinciali e locali di albergatori e altri operatori turistici aderenti alla Confesercenti. Non è un ente pubblico ma privato, istituito a tutela dei propri associati.

B

BACKGROUND

Il vocabolo inglese (che letteralmente vuol dire: *retro-terra*) viene riportato da tutti i migliori vocabolari della lingua italiana. Secondo lo Zingarelli (pag. 162 - decima edizione - Zanichelli) il termine sta a significare un "*complesso di condizioni, circostanze... che fanno da sfondo alla realizzazione di un evento... alla formazione psicologica e culturale di un individuo..*" Nel comparto turistico, come in tutti gli altri settori produttivi, la parola *background* viene usata con significato pressoché identico.

BACK TO BACK

Uno dei vari significati di questa espressione idiomatica della lingua inglese è *spalla a spalla*; quindi a contatto, oppure fianco a fianco. Va precisato comunque che tale locuzione viene usata nel linguaggio turistico (specialmente agenziale e alberghiero) soltanto in lingua inglese, inserita magari anche in un lungo testo completamente italiano. Il *back to back* si usa ad esempio nel settore dell'incoming per indicare la *prenotazione alberghiera di una serie di gruppi a catena* e soggiornanti, solitamente, un identico periodo di tempo: tre giorni oppure una settimana ec. senza soluzione di continuità.

BAGAGLIO (registrato)

Tipica espressione del settore aereo; la locuzione anglo-americana, parimenti nota, è *baggage check*, cioè *scontrino per il bagaglio*. Del *bagaglio registrato* la compagnia aerea ha l'intera custodia e per tal motivo ne emette ricevuta (scontrino) per il passeggero, con validità assicurativa, tanto che, qualora il bagaglio andasse smarrito, la compagnia aerea è obbligata a rimborsarne il valore presunto.

Esiste però anche il bagaglio *non registrato* ed è quello che il passeggero porta in cabina. In caso di smarrimento, sottrazione o altri analoghi motivi, il vettore aereo non ne risponde essendo compito dello stesso passeggero conservarne la custodia.

BATH

Secondo la comune accezione si tratta del *bagno* o sala da bagno solitamente comunicante con la camera d'albergo. *Nell'inglese americanizzato si usa anche il vocabolo tub*, che letteralmente vuol dire tinozza (per fare il bagno). Negli Hotels di 5 o 4 stelle le camere sono dotate di *sala da bagno* (denominata anche *servizi privati*).

BILINGUE

Voce dotta derivante dal latino *bilinguem*. Grammaticalmente questo vocabolo può essere considerato come aggettivo se unito ad un sostantivo, ad esempio *accompagnatore bilingue*. E' chiaro il riferimento ad un accompagnatore turistico che parla o possiede conoscenza, parlata e scritta, di due lingue.

Nel comparto turistico, soprattutto, la conoscenza di più lingue è sempre molto utile, ma talvolta si abusa del plurilinguismo senza necessità alcuna.

Alcuni Tour-operators italiani emettono i documenti di viaggio (specialmente **VOUCHERS**), compilandoli in lingua inglese anche quando un turista italiano effettua un viaggio in un paese francofono. Si tratta ovviamente di un'assurdità sia per il turista italiano che non conosce la lingua inglese e sia per il fornitore dei servizi che si trova in un Paese dove si parla esclusivamente il francese come il Belgio, la Francia o il Cantone Ginevrino della Svizzera. E' pur vero che l'Inglese è considerata la *lingua turistica* per antonomasia; ma il suo uso è frequente, di solito, soltanto tra *operatori turistici*. Va rilevato anzi che il rapporto verbale o grafico non è per nulla vietato in francese, tedesco, spagnolo o altre lingue anche nel comparto turistico.

BOOKING

Il vocabolo è usatissimo presso tutte le organizzazioni turistiche: agenzie di viaggio, compagnie aeree e marittime, alberghi e autotrasporto turistico, col significato di *prenotazione, iscrizione, registrazione*. Molto meno usata è invece l'espressione idiomatica *bookingclerk*, che vuol dire *impiegato di biglietteria*.

Il booking (o prenotazione), è obbligatorio per il trasporto aereo e marittimo mentre per quello ferroviario lo è soltanto per assicurarsi il posto e per viaggiare in alcuni treni speciali come ad es. il Trans Europe Express, meglio conosciuto con la sigla T.E.E.

BRAIN STORMING

Questa curiosa locuzione (= tempesta di cervello o cervello agitato) è molto in uso nel settore del Marketing con un significato multiforme e del tutto singolare. Si tratta, infatti, di una figura retorica per indicare la riunione di più persone a motivo di studio, di discussione, di analisi o di confronti anche dialettici al fine di escogitare politiche o direttive aziendali. Il *brain storming*, più semplicemente, sta a significare una riunione di lavoro, cui partecipano i dirigenti unitamente ai loro collaboratori, per discutere le problematiche inerenti la conduzione e lo sviluppo di un'impresa.

BRANCH

Questo vocabolo della lingua inglese viene comunemente usato nei *Tariffari Confidenziali* pubblicati dalle Organizzazioni turistiche italiane che si occupano di *Incoming* o *Ricettivo*, per indicare le Agenzie *Filiali* o *Succursali* esistenti in altre città (o nella stessa città) con la stessa denominazione della *Sede Centrale*. Il vocabolo tuttavia non è di sapore turistico, ma eminentemente commerciale od anche industriale. Nel comparto turistico, comunque, è abbastanza frequente la locuzione *Branch-Office*.

BREAK

Il significato letteralmente letterale è: *interruzione, pausa, intervallo*. Il vocabolo inglese viene comunemente usato anche riportato nei migliori dizionari come neologismo. E' nota, ad es. l'espressione *Coffee-break* per indicare un breve tempo a disposizione di partecipanti a convegni, congressi e simili per prendersi un caffè o altra bevanda, ma non necessariamente. In ogni caso, quando in qualunque *programma* si trova la parola *break* vuol dire che è consentita una breve interruzione dei lavori.

BROCHURE

Deriva dal verbo francese *brocher* (pron. *broscé*) che vuol dire *fare senza cura* e più esattamente rilegatura alla buona nel senso di edizione economica e per analogia *opuscolo, libretto*. Nel linguaggio turistico vengono comunemente usati i vocaboli: *depliant, folder, pieghevole, pamphlet, programma illustrato*, con analogo significato e stanno ad indicare una pubblicazione contenente la descrizione d'una entità turistica determinata come un monumento, una città od anche l'illustrazione d'un complesso alberghiero oppure la dettagliata descrizione di programmi di viaggio.

B.S.P.

E' la sigla di *Bank Settlement Plan* (= Piano di Pagamento Bancario), conosciutissima presso tutte le agenzie di viaggio concessionarie di vendita della biglietteria aerea. Il piano di pagamento bancario è stato concordato tra le Compagnie aeree per unificare, presso una sola banca, il pagamento delle vendite della biglietteria aerea che le agenzie di viaggio effettuano nell'arco di un mese.

BUDGET

Termine commerciale (talvolta anche politico) molto usato tanto che per la lingua italiana possiamo considerarlo un neologismo. Etimologicamente vuol dire *piccola borsa* ma secondo il linguaggio comune il vocabolo budget significa *bilancio di previsione aziendale*. Si tratta, in altri termini, della stima delle entrate e delle uscite per un determinato periodo di tempo (trimestrale, semestrale od anche annuale). Frequente è la locuzione *budget pubblicitario* come pure lo è l'aggettivo *buggettario*, la cui vocale U viene pronunciata A, come in inglese. I puristi del linguaggio chiamerebbero tali mutamenti *barbarismi*, noi più semplicemente, *evoluzione linguistica*.

BUNGALOW

Il vocabolo, inserito ormai nel vocabolario inglese, ha tuttavia origine indostana della regione del Bengala. Il significato letterale è *casa o piccola villa con veranda*. Il lessico turistico si è appropriato del vocabolo attribuendo lo stesso nome alle piccole costruzioni formanti un complesso alberghiero, situato solitamente nelle zone circostanti le spiagge. I *bungalows* possono essere mono o pluricamere dotate peraltro di tutti i comforts moderni allorché fanno parte di un complesso alberghiero di prima categoria. Un insieme di *bungalows* forma sovente un villaggio turistico.

BUONO DI CAMBIO (EXCHANGE ORDER)

Entrambe le locuzioni - quella italiana e quella inglese - sono comunemente e alternativamente usate nel settore turistico agenziale con identico significato, anche se si preferisce il vocabolo più noto di VOUCHER.

Si tratta pertanto di un *documento di credito* emesso da un'agenzia di viaggi per coprire una prestazione turistica o altri servizi inerenti al turismo. (vedi anche la voce Voucher).

BUSINESS-MAN

Questa locuzione, che specie nel comparto commerciale tutti conoscono, ha avuto rilevanza in questi ultimi anni soprattutto nel settore aereo, allorché, proprio per *l'uomo d'affari*, è stata istituita una apposita *classe*: Business-class. La Business-class può definirsi una classe *intermedia* (per comfort e trattamento) tra la First (= prima) e la Economy (= turistica). Va però precisato che *tutti* (e non solo gli uomini d'affari) possono viaggiare in Business-class. Talvolta le denominazioni sono puramente formali e fantasiose.

BUSINESS-TOUR

Traduzione letterale: *viaggio d'affari*. Locuzione frequente presso le agenzie di viaggi che trattano e organizzano questi particolari viaggi che dal punto di vista tecnico differiscono dal viaggio turistico soltanto nominalmente.

Abbastanza nota è anche l'espressione: *business man*, cioè *uomo d'affari*. (Cfr. la locuzione precedente).

Nel settore aereo l'espressione BUSINESS CLASS sta a significare una sistemazione di un certo rilievo a bordo dell'aereo, sebbene di un livello inferiore alla First class (= prima classe). Anche il costo del biglietto, è intermedio tra la *classe turistica* (o Economy) e la *prima classe*.

Nel linguaggio turistico, il solo vocabolo BUSINESS viene usato con la stessa frequenza di qualunque altro comparto commerciale, cioè raramente e in particolari circostanze, naturalmente con significato di: *affare, occupazione, mestiere ecc.ù*

C

CABARET

Vocabolo derivante dall'olandese *cabret*, che in realtà è una contrazione della parola *cambrette* (= piccola camera) originaria dalla regione della Piccardia. Si trattava di un locale popolare destinato alla consumazione di bevande alcoliche. Per estensione, sta ad indicare anche un ristorante di alta qualità, rinomato per la sua eccellente gastronomia (Cabaret di lusso); o ancora: locale notturno con spettacoli di varietà, attualmente più noto in tutto il mondo con la sua denominazione di *night-club*.

Nel linguaggio familiare la parola cabaret assume il significato di *vassoio*.

CARRIER

Secondo l'accezione letterale, il vocabolo inglese sta a significare *portatore, corriere, spedizionario*, ma per il comparto aereoturistico il significato più comune è vettore e quindi *vettore- aereo* e in senso più ampio *Compagnia aerea* per il trasporto dei passeggeri. Sinonimo di *carrier* è invece la parola *Cargo*, di evidente derivazione spagnola; vocabolo questo usatissimo per indicare un vettore aereo adibito esclusivamente per il trasporto delle merci. Esistono inoltre degli aeromobili per il trasporto promiscuo di merci e passeggeri, meglio conosciuti con la denominazione *Combi*

CASH

Questo termine bancario è diventato di uso comune nel comparto turistico in genere, ma soprattutto aereo. Anzi l'espressione: *pagare cash* ha assunto un sapore di esibizionismo dato che il *pagamento in contanti* avviene sempre più raramente, specie dopo massiccia diffusione delle *carte di credito*.

Il vocabolo *cash* si scrive sul biglietto aereo nella casella che reca la dicitura: *forma di pagamento*.

In tal caso l'eventuale *rimborso* (= refund), qualora il passeggero avesse deciso di rinunciare al viaggio aereo, non presenta alcuna formalità o difficoltà e viene concesso a presentazione del biglietto, presso l'ufficio dove è stato acquistato ed emesso (a meno che non sia stato emesso un biglietto a tariffa speciale e non rimborsabile ndr)

CASH BASIS

La traduzione letterale sarebbe: *base di cassa* e quindi *base contanti*. È la situazione in cui si viene a trovare un Agente IATA che non abbia osservato alcuni regolamenti per cui una Compagnia IATA ritira la fiducia creditizia con l'imposizione dell'immediato pagamento di quanto dovuto, a seguito dell'emissione dei Documenti di Traffico da parte della Compagnia stessa. Tale prassi, comunque, non interrompe il diritto al pagamento di provvigione sempre che non sia disposto diversamente.

CASH-FLOW

Il senso letterale è *flusso di cassa*, cioè flusso di danaro. Si tratta in sostanza della disponibilità di danaro liquido proveniente dall'attività gestionale di un'azienda. Il valore è naturalmente variabile poiché è dato dal precedente *cash-flow* da cui vengono detratti gli esborsi e aggiunti gli incassi. Il termine è esclusivamente commerciale, ma conosciuto anche nel campo turistico in quanto competente del comparto commerciale.

CATERING

Il vocabolo deriva dal verbo inglese *to cater* (= provveder cibo). Si tratta di organizzazioni (Società o Compagnie) specializzate per la fornitura dei generi alimentari nonché la confezione del cibo e quindi della ristorazione destinata ai vettori aerei, marittimi e ferroviari. Il vocabolo è ovviamente più frequente nel comparto aereo, dato l'uso comune del linguaggio inglese, che è obbligatorio in tutto il mondo in questo specifico settore.

C.C.V.

Le tre lettere sono le iniziali di CONVENZIONE ai CONTRATTI DI VIAGGIO. Si tratta di una convenzione internazionale emanata a Bruxelles il 23 Aprile 1970 e ratificata dall'Italia con legge n. 1084 del 27-12-1977. Il campo d'applicazione concerne: il Contratto e l'Organizzazione del Viaggio; l'Organizzazione e l'Intermediario di viaggi; il Viaggiatore. In base a tale *convenzione* sono obbligati a stipulare una particolare *assicurazione* non solo i *GROSSISTI* (organizzatori dei viaggi) ma anche i *Dettaglianti* (venditori dei viaggi).

CHARGES (FARES - RATES)

Secondo la comune accezione, i tre vocaboli inglesi (molto usati nel settore turistico aereo-agenziale) significano rispettivamente: *charges* = prezzo richiesto; *fare* = *prezzo di una corsa in treno, in tram, in autobus*; *rates* = *quota, tariffa, aliquota*.

Secondo il significato tecnico aereo-agenziale invece i tre vocaboli stanno ad indicare: *charges* = diritti e supplementi; *fares* = tariffe passeggeri; *rates* = i noli.

Nella corrispondenza epistolare o via telex/fax tuttavia, i tre termini vengono usati promiscuamente con identico significato di *prezzo* o *costo*.

CHARTER

L'autentico significato del vocabolo è carta, *documento costitutivo* di un contratto o statuto. L'accezione di *noleggjo*, assai nota nel comparto agenziale turistico, fu dapprima usata nel settore navale e poi, per estensione, a tutti i mezzi di trasporto, con particolare riferimento a quello aereo. Il verbo *ciarterizzare*, quantunque usatissimo nel linguaggio quotidiano turistico agenziale col significato appunto di *noleggiare*, è un neologismo recente e non ancora incluso nei buoni dizionari della lingua italiana. Dal punto di vista tecnico, dobbiamo precisare che non esiste alcuna differenza tra un aereo adibito a volo di linea e un aereo adibito a volo *charter* tanto che lo stesso può essere usato in modo ambivalente.

Comunque possono accedere ad un *volo charter* i viaggiatori formanti *gruppi chiusi* ad un identico programma; mentre un aereo di linea può essere usato da chi viaggia per motivi d'affari, di studio, turistici ecc. contemporaneamente e promiscuamente.

CHECK-IN

L'uso più frequente della locuzione viene fatto presso il settore aereo col significato di *controllo, verifica*, ma anche *registrazione* (della merce in arrivo). Nel comparto alberghiero invece si usa anche la locuzione *check-out* (di chiaro sapore americano) col significato di: *lasciare l'albergo dopo aver pagato il conto*.

Notevole è dunque la differenza con il significato letterale della parola CHECK che in italiano si traduce per: *sacco, freno* (come sostantivo) e *frenare* o *dare scacco* (come verbo).

Spesso nelle Agenzie di viaggio si usa un linguaggio italo-inglese e l'espressione fare il *check-in* è assai comune, pur trattandosi di un *barbarismo colloquiale*.

CHEF

Vocabolo francese derivante dal latino *caput* (= capo).

Parola molto nota nel settore della ristorazione (e quindi anche in quello alberghiero) il cui esatto significato è *Capocuoco*. Esiste anche la locuzione *Chef-de-Rang* che nel gergo turistico-alberghiero non è altro che un collaboratore del direttore della sala-ristorazione e quindi un cameriere di rango, preposto al servizio da tre a cinque tavoli (secondo la categoria dell'*esercizio*). Si occupa esclusivamente del suo gruppo; fa passare le richieste e riceve i piatti da parte del *cameriere* (commis) che sta a sua disposizione.

CHILD e INFANT

Questi due vocaboli quando si trovano scritti in un biglietto aereo stanno ad indicare una tariffa ridotta. Il regolamento IATA stabilisce che si deve considerare *infant* il passeggero che ancora non ha compiuto i due anni, mentre si definisce *child* il passeggero dai due anni compiuti fino al dodicesimo anno non compiuto.

Va ancora precisato che deve essere scritta anche la data di nascita sia per *l'infante* che per il *bambino*, la cui riduzione tariffaria è rispettivamente del 90 e 50 per cento.

CHILOMETRICO

Così viene definito il biglietto ferroviario (sia di *prima* che di *seconda classe*) avente le seguenti caratteristiche:

- 1) percorrenza di tremila chilometri;
- 2) validità di due mesi;
- 3) può essere intestato ad uno o più passeggeri fino ad un massimo di cinque nominativi;
- 4) i passeggeri possono appartenere ad un *gruppo qualsiasi*, aziendale, familiare, sportivo od anche di solo comodo;
- 5) la percorrenza può essere utilizzata in viaggi singoli fino ad un massimo di venti.

CITY PACKAGES

Questa espressione idiomatica si trova spesso in molti tariffari turistici, sia italiani che esteri; la traduzione letterale è: *pacchetti di città*. Si tratta di soggiorni turistici di varia durata, in una determinata città, comprendente un programma prestabilito con visite, escursioni o anche tempo libero da dedicare allo shopping o a visite a Musei e Gallerie d'arte. Il *City package* oltre ai suddetti servizi turistici comprende anche la sistemazione alberghiera.

CITY SIGHTSEEING

Chi si occupa di turismo, soprattutto nell'ambito delle Agenzie di Viaggi, sa che questa locuzione della lingua Inglese vuol dire VISITA DELLA CITTÀ. In molti programmi tuttavia troviamo soltanto SIGHTSEEING, con lo stesso significato, anche se la traduzione letterale secondo il glottologo Hazon, vuol dire VISITA TURISTICA. Detta visita si effettua generalmente su pullman da *gran turismo* e con la Guida Turistica che spiega o illustra i monumenti, i palazzi, le piazze, ed i musei. Quando la città è molto grande e turisticamente importante, come ad es. Roma, allora la visita turistica si effettua per *settori* o piccoli Tours ed ognuno di questi *minitours* ha una durata di circa 3 ore.

Nell'ambito delle Agenzie di viaggi è forse più noto il vocabolo *drive* (= gita, passeggiata). Consuete sono le espressioni *organizzare un drive*, *iniziare o terminare il drive*.

COCKTAIL (party)

Questo vocabolo si può considerare assorbito dalle principali lingue del mondo. Sebbene di chiara origine inglese è stato tuttavia americanizzato nel suo significato corrente: *acquavite miscelata con vari ingredienti unitamente a cubetti di ghiaccio*. A tutti è noto che con l'espressione cocktail-party si suole intendere un *ricevimento in cui si servono cocktails*. Il cocktail è così frequente nelle manifestazioni turistiche che ne costituiscono sempre la chiusura o conclusione come *l'incendio era la classica conclusione di ogni battaglia dell'epoca medioevale* (Cfr. opere storiche di Teodoro Mommsen).

COMITIVA

L'origine etimologica del vocabolo deriva dal latino *comes* il cui significato è *compagno (di lavoro, di vita, di viaggio ecc.)*. Il vocabolo pertanto implica l'idea di un gruppo di persone che si riuniscono per uno scopo comune (gita, viaggio, festa).

Tutti gli operatori turistici (vettori, albergatori, agenti di viaggio) attribuiscono una particolare importanza a tale aggregazione di persone per molteplici motivi soprattutto di carattere economico, con notevoli benefici anche per le stesse *comitive*. Taluni potrebbero confondere il reale significato tra le consuete espressioni: *biglietto ferroviario per comitiva* e *biglietto cumulativo*.

Il Vocabolario Zingarelli (cfr. decima edizione Zanichelli) riporta testualmente: *biglietto cumulativo, unico per due o più persone*. Secondo il linguaggio tecnico però per biglietto

cumulativo si intende anche un biglietto valido per il trasporto ferroviario e sia per il trasporto o passaggio marittimo, come ad esempio: Roma-Civitavecchia-Golfo degli Aranci o viceversa, contraddistinto con la sigla Ci 205 A.

COMMERCIAL ACCOUNT

Come appare evidente, la locuzione ha sapore prettamente commerciale-bancario anche se nella lingua inglese il vocabolo *commercial* considerato come *sostantivo* (= il commerciale) viene considerato un neologismo *radio-televisivo*, nel senso però di *pubblicità commerciale*. Secondo il significato tecnico-turistico (assai comune nell'ambiente agenziale) il *commercial account* è un cliente abituale - inteso generalmente come Società - in riferimento soprattutto alla biglietteria aerea, ferroviaria e marittima, che acquista in notevole quantità e con il quale si ha un particolare rapporto di servizio e di regolamento contabile-amministrativo.

COMPLAINT

Il significato letterale del vocabolo è: *lamentela, lagnanza, reclamo*; mentre secondo il gergo giuridico, la parola *complaint* vuol dire *querela*. Si ricordi anche il verbo: *to complain* (lamentarsi). Tutti gli operatori turistici (Agenzie di Viaggio, Vettori, Albergatori ecc.) conoscono questo vocabolo.

È noto, infatti, che nella realizzazione di un programma di viaggio concorrono molti elementi, tanto più numerosi, quanto più il viaggio è lungo e complesso. non è da considerarsi eccezionale pertanto il verificarsi di qualche disagio o disservizio, dovuto talvolta a semplice negligenza. Anche una guida turistica o un accompagnatore turistico possono suscitare *lamentele* per la loro inefficienza.

In base alla legge n. 1084 del 27-12-77, meglio conosciuta sotto la sigla C.C.V. (Convenzione ai Contratti di Viaggio), tutti gli operatori turistici sono considerati coinvolti e corresponsabili per qualunque deficienza organizzativa o di servizio; dagli Organizzatori-Grossisti (Tours-Operators) ai Dettaglianti-Venditori, nonostante la figura di *intermediario* di questi ultimi.

CONCIERGE

Nei grandi alberghi (solitamente di categoria 5 stelle) esiste una grande Hall preceduta da un vestibolo; cioè una sala destinata ai servizi d'accoglienza: ricevimento, contabilità, portineria. Questo apparato di servizi, sovente viene indicato col sostantivo francese *conciergerie* e per conseguenza *concierge* sarà il portiere cui sono affidate importanti mansioni come la custodia delle chiavi, il ricevimento e la distribuzione postale per i clienti, il settore telefonico e simili.

CONFIDENTIAL TARIFFS

I Tour- operators *ricettivisti* più importanti pubblicano annualmente un proprio tariffario definito *confidenziale* appunto perché non è destinato al pubblico, ma alle agenzie di viaggi *corrispondenti*. Solitamente detto tariffario viene inviato all'estero e per tal motivo il testo è redatto in lingua inglese, considerata ormai come la lingua ufficiale del comparto turistico: agenziale, alberghiero, della ristorazione e del trasporto. Il *tariffario confidenziale* non è soltanto un elenco di tariffe (ovviamente più basse di quelle applicate da un solo fornitore di servizi) ma contiene anche la descrizione di una serie di programmi di viaggio, variabili per durata, costi e categorie, riguardanti territori e Paesi di particolare interesse turistico in cui il *Tour-operator* ricettivista è specializzato.

CONNECTION TIME (FLIGHT)

Secondo il gergo turistico, il sostantivo *connection*, non vuol dire connessione o collegamento, ma più propriamente *coincidenza*. L'espressione idiomatica è comunemente usata nel comparto aereo all'aggettivo italiano, *consentito*.

Volendo effettuare il seguente viaggio: Roma-Londra-New York, con cambio di aereo a Londra (magari dall'aeroporto di LUTON a quello di HEATHROW) occorre verificare se è *consentito* il tempo in coincidenza tra il volo di arrivo a Londra e quello in partenza per New York. Come si desume dall'esempio e nel caso specifico, i vocaboli *time* (= tempo) e *flight* (= volo) si identificano anche se analogicamente.

CONTINENTAL BREAKFAST

Secondo il linguaggio familiare americano (USA naturalmente) la parola CONTINENTAL sta a significare una moneta di poco valore. Nel caso specifico di piccola colazione alla *continentale* (Continental Breakfast) probabilmente viene implicitamente ricordato che si tratta di un pasto di *poco valore*, ma in realtà rispecchia esattamente l'idea o il concetto che viene attribuito alla parola BREAKFAST (= spezzare - il pane - in maniera veloce e mangiarlo in fretta). Questa locuzione (continental breakfast) tuttavia è talmente usata dagli Agenti di Viaggio e sia dagli Albergatori, che anche gli stessi turisti, raramente ne chiedono il significato, quando la trovano scritta sul Voucher, emesso per la prenotazione alberghiera.

CONTROMARCA

Si tratta di un piccolo biglietto usato per i viaggi di gruppo. Viene dato ad ogni partecipante a motivo di identificazione. Nei viaggi di gruppo infatti si emette un *biglietto collettivo*, sia per il trasporto ferroviario e sia per il trasporto marittimo; in questo secondo caso la contromarca serve soprattutto per l'accesso al ristorante con l'emissione di una *contromarca* per ogni pasta. Il biglietto collettivo, unitamente all'elenco dei partecipanti al medesimo gruppo, viene custodito dall'accompagnatore o tour-escort. Va comunque precisato che la *contromarca* non costituisce *documento di viaggio valido*, senza il biglietto collettivo.

CONVENTION

Il significato letterale è: *patto, accordo, assemblea* ecc. Nel gergo turistico, il vocabolo significa anche *riunione, convegno* e, in senso lato, anche *congresso*. Tutti gli operatori turistici conoscono ad es. L'ASTA CONVENTION, cioè la riunione o congresso annuale degli Agenti di viaggio americani e loro associati. L'etimologia comunque ne stabilisce l'origine del verbo latino convenire (col significato di *venire con*, cioè *radunarsi insieme ad altre persone*). L'equivalente di *convenzione* (voce dotta conosciuta ed usata anche dal Boccaccio) si usa in senso politico o legislativo, ma non turistico.

COUPON

Sostantivo derivante dal verbo francese *couper* (= tagliare). Nel comparto turistico, il vocabolo coupon, attualmente, è più noto unitamente al vocabolo inglese *flight*. Si ha allora la locuzione *flight-coupon*, il cui significato è *tagliando di volo*. In precedenza, *coupon* era sinonimo di *Voucher* e lo è tuttora nei Paesi francofoni.

COURIER

La traduzione letterale in lingua italiana è: *corriere, messaggero*. Esiste però una perifrasi che ha attinenza col mondo turistico: *chi organizza viaggi per il proprio padrone specie all'estero*. I Tour-Operators hanno aggiunto l'aggettivo *long* (long-courier) per indicare l'organizzazione di un viaggio a lungo raggio, solitamente oltre oceano, oppure in estremo oriente. L'espressione idiomatica è frequente nelle riviste e giornali di categoria.

D

DAY-USE

È una locuzione inglese comunemente usata dagli esperti che lavorano nelle Agenzie di Viaggio e negli Alberghi. Il suo significato è *uso di giorno* o meglio *uso durante il giorno* ed ovviamente, tale espressione, si riferisce alle *camere d'albergo*; pertanto la locuzione completa dovrebbe essere *room day-use*, ed ha un significato specifico ma non per distinguerlo dal *room night use* (= la camera che si usa durante la notte). Se così fosse, si tratterebbe di una disquisizione inutile senza significato e senza senso pratico. Infatti, quando un Agente di Viaggi prenota o "riserva" una o più camere d'albergo; detta prenotazione viene specificata in termini esatti: Es. dal 5 al 7 Maggio senza alcuna restrizione d'uso, per cui il turista-viaggiatore occuperà la camera prenotata a suo piacimento, sia di giorno che di notte. Infatti, il costo della camera prenotata si riferisce all'arco di 24 ore.

Il *day-use* si verifica in casi particolari. Quando ad es. il turista-viaggiatore compie un lungo viaggio con soste intermedie; talvolta non trova il *connection-flight* (= volo in coincidenza) con un tempo d'attesa ragionevole (ad es. arrivo a Los Angeles alle ore 8 e proseguimento per Tahiti, con un altro aereo, alle ore 19). In tal caso invece di attendere 11 pesanti ore all'aeroporto, il turista-viaggiatore troverà un giusto riposo in una camera d'albergo, a carico della Compagnia aerea, che solitamente ne paga le spese per conto del cliente trasportato.

DEADLINE

Parola composta (*dead* e *line*) il cui significato letterale è: *linea non superabile*. Nel settore turistico il vocabolo è molto usato con lo specifico significato di *scadenza, termine e simili*. Le espressioni idiomatiche più note sono: *deadline* per una opzione di prenotazione alberghiera, oppure il *deadline* per il *check-in di un gruppo di turisti viene fissato per il giorno...* od anche: *il deadline per l'imbarco sul volo...*

Non raramente, nel linguaggio verbale, si usano contemporaneamente il vocabolo inglese e il corrispondente italiano nelle espressioni: *la scadenza del deadline viene fissata per...* oppure *il termine del deadline è stato stabilito per il giorno...* non si considera la pleonastica iterazione delle espressioni: *il termine del termine* oppure *la scadenza della scadenza*.

DELINQUENCY

Il linguaggio turistico attribuisce al sostantivo inglese un significato totalmente diverso da quello letterale. Infatti, il vocabolo viene usato in senso strettamente tecnico nel settore aereo-amministrativo con la specifica denominazione di *morosità*.

Analoga ermeneutica viene usata per l'aggettivo *delinquent*. Qualora un agente di viaggio concessionario della biglietteria aerea IATA, ricevesse nell'arco di un anno una lettera di *delinquency* per 4 volte, potrebbe subire la *sospensione* od anche la revoca della *concessione di vendita*.

DEPLIANT

Un raro vocabolo del gergo turistico di origine francese. Infatti, deriva dal verbo *deplier* (= dispiegare, svolgere, ecc.). Il vocabolo è una sostantiva genesi del participio presente la cui traduzione italiana è *pieghevole* pubblicitario.

Questa forma pubblicitaria, solitamente illustrata, viene molto usata dagli operatori turistici: Agenzie di viaggio per i loro programmi; Albergatori per i propri Hotels; ma anche Ristoratori, Autotrasportatori ecc.

(Vedi anche il vocabolo BROCHURE).

DEREGULATION

Si tratta di un vocabolo inglese molto in voga attualmente, soprattutto nel comparto aereo-turistico.

La *deregulation* è in contrapposizione alla *regulation* della IATA. Non esiste un vocabolo equivalente nella lingua italiana essendo un neologismo inglese di recentissimo uso; l'equivalente italiano, comunque, potrebbe essere *deregolamentazione* o meglio *liberalizzazione* o *svincolo dalle regole* della IATA che riguardano in special modo la tariffazione, ma anche il diritto delle Compagnie aeree ad inserirsi sulle rotte *regionali*. Tale

liberalizzazione riguarda anche la *quinta libertà*, cioè il diritto di imbarco e sbarco di passeggeri sul territorio nazionale da parte di Compagnie straniere, nonché la *designazione multipla*, cioè la possibilità per più Compagnie aeree nazionali a servire identiche rotte a forte traffico, nell'ambito dello stesso territorio nazionale.

DIRITTI D'AGENZIA

Si tratta di piccole somme, in genere prestabilite dalla direzione, che un'Agenzia di viaggi percepisce a titolo di remunerazione per un servizio turistico che non lascia un sufficiente margine di guadagno rispetto al lavoro corrente.

Gli operatori turistici (Agenti di viaggio) sono dei professionisti e come tali hanno diritto ad applicare una quota (comunemente denominata *diritti d'agenzia*), anche aggiuntiva ad un'eventuale provvigione, come compenso della propria attività professionale. Solitamente i *diritti d'agenzia* si applicano per lavori complessi e non per l'emissione della biglietteria.

DISPLAY

Il significato letterale è: *mostra, esibizione, esposizione in vendita*. Per il marketing invece si tratta di materiale pubblicitario e promozionale appositamente preparato per attirare l'attenzione del cliente al punto di vendita su determinati prodotti inducendolo pertanto all'acquisto istintivo e non programmato. Il vocabolo dunque è prettamente tecnico, noto presso gli esperti di marketing, ed usato nei periodici di categoria, anche del comparto turistico.

DOMESTIC FLIGHTS

L'etimologia dei due vocaboli è ibrida: sassone per il sostantivo *flights* e latina per l'aggettivo *domestic* (domus = casa). La locuzione comunque vuol dire *voli interni*, con riferimento ovviamente al territorio di uno Stato.

In pratica non esistono differenze tra i voli *domestic, international* e *intercontinental* ad eccezione del tempo richiesto per il check-in (= controllo) e l'eventuale esistenza di *pluralità di classi* (First - Economy - Business ecc.) ed ovviamente dal punto di vista giuridico. Nel gergo turistico è conosciuta anche l'espressione idiomatica *home flight* che si identifica con *domestic flight*.

DUMPING

Nel campo commerciale il vocabolo significa *esportazione di prodotti a prezzi sottocosto, a scopo di concorrenza*. Il termine nel settore turistico è usato in occasione di conferenze, seminari di aggiornamento, nelle relazioni (anche di bilancio) di grosse società turistiche e nelle pubblicazioni di giornali e riviste specializzate.

DUTY FREE SHOPS

La traduzione letterale dei tre vocaboli è *negozi liberi da dogana*. Sono negozi dotati di una vasta gamma di merci e si trovano, in zone riservate, presso i più importanti aeroporti del mondo, dove il turista o viaggiatore di transito, può acquistare la merce senza pagare alcuna tassa doganale. Tale privilegio tuttavia non implica necessariamente un'automatica riduzione dei prezzi.

E

EDUCATIONAL TOUR

È noto che il vocabolo inglese *education* significa *educazione culturale, addestramento, insegnamento*. Secondo il gergo turistico *educational tour* sta per *viaggio-premio a scopo turistico culturale* in collaborazione tra un vettore aereo e un tour-operator.

Da taluni viene anche definito *viaggio di familiarizzazione* che un agente di viaggio acquisisce coi luoghi turistici verso cui invierà (con cognizione di causa) la propria clientela. L'espressione *Educational Tour* è entrata a pieno titolo nel linguaggio turistico delle Agenzie di Viaggio italiane; tanto che l'equivalente traduzione (*viaggi educativi*) non viene mai usata. Si tratta comunque di *viaggi di istruzione* non per semplici studenti ma per Agenti di Viaggio. In ogni caso sono viaggi assai utili alla formazione professionale, tanto che in altra nostra pubblicazione (Manuale di Tecnica Turistica - Ediz. *Zanichelli*) ne abbiamo auspicato l'istituzione come un periodo di stage post-diploma o post-laurea. Da alcuni l'*educational tour* viene anche definito *study trip* (= viaggio di studio); in realtà durante tali viaggi non vengono mai trattati argomenti tecnico-professionali anche se auspicabili.

ELICOTTERO

Si tratta di un vocabolo composto, di origine greca, formato da *Helix* (= elica) e *Pteròn* (= ala). Infatti è noto che la grande elica dell'elicottero costituisce l'ala di sostegno dell'aeromobile, la cui eccezionale maneggevolezza consente la partenza o l'atterraggio in qualunque luogo. Ovviamente esistono anche gli eliporti, soprattutto in funzione di impianti tecnici per l'assistenza, la manutenzione, il parcheggio e naturalmente per tutte le usuali operazioni di decollo e di atterraggio in relazione al trasporto dei passeggeri.

EMPTY-LEG (RUN)

La traduzione letterale in italiano è: *gamba vuota*, il che sarebbe un'espressione senza senso. Tuttavia il vocabolo *leg* (= gamba) secondo il lessico statunitense vuol dire anche *tappa (di un viaggio o di un volo)*. Il gergo turistico si è appropriato di quest'ultimo significato con un'ulteriore precisazione, attribuendo alla locuzione *empty-leg* il significato di *tratta percorsa a vuoto da parte di un volo* (solitamente charter). Per taluni tour-operators l'*empty-leg* può costituire una spesa supplementare, mentre gli altri tour-operators potrebbe costituire un'occasione favorevolissima per organizzare un viaggio aereo a basso prezzo. Lo stesso concetto vale per la locuzione *empty-run* (= percorso a vuoto) che si attribuisce al trasporto in pullman da gran turismo.

ENDORSEMENT

Secondo il linguaggio commerciale-bancario il vocabolo inglese significa girata (di un assegno, di una cambiale ecc). La parola, con identico significato, è usatissima per la biglietteria aerea. Assai note sono le frasi *no endorsement permitted* oppure *not endorsable*. Tali annotazioni devono essere trascritte su quei biglietti aerei emessi con particolari limiti o restrizioni tariffarie o di validità.

E.N.I.T.

È la nota sigla che vuol dire: ENTE NAZIONALE ITALIANO per il TURISMO; fondato nel 1919 col nome di Ente Nazionale Industrie Turistiche e quindi precedente all'istituzione del Ministero per il turismo avvenuta nel Luglio del 1959.

L'ENIT è un *operatore turistico pubblico* avente per scopo precipuo l'attività di promozione turistica dall'estero verso l'Italia.

La sede centrale dell'ENTE si trova a Roma, ma ha molte rappresentanze all'estero soprattutto nei Paesi turisticamente ed economicamente più sviluppati.

ESCURSIONE (Excursion)

Entrambi i vocaboli (italiano e inglese) stanno a significare una gita effettuata con mezzi di trasporto adeguati e guida turistica o accompagnatore, avente per scopo la visita di una località molto distante dalla *residenza turistica* del viaggiatore.

L'escursione implica l'idea della brevità sia del tempo che della distanza; in caso contrario diverrebbe un viaggio.

EURAILPASS

È la contrazione di tre vocaboli inglesi il cui significato in italiano è: *Passaggio Ferroviario Europeo* e consiste in un biglietto ferroviario con le seguenti caratteristiche:

- 1) validità per quasi tutti i Paesi dell'Europa occidentale, ivi compresi Svezia e Norvegia;
- 2) dà diritto a viaggiare in *prima classe*;
- 3) è esente dal pagamento della prenotazione del posto;
- 4) consente di viaggiare liberamente non solo sui treni ordinari, ma anche sui rapidi e Trans-Europa-Express (T.E.E.) senza pagamento di alcun supplemento;
- 5) può essere emesso soltanto dagli ufficiali abilitati di Paesi extraeuropei e con 6 mesi di anticipo rispetto al primo giorno di validità.

EUROCITY

La denominazione evidenzia una contrazione singolare di due nomi: Euro, cioè l'abbreviazione della parola Europa e *City* che vuol dire *Grande città*.

Il vocabolo *Eurocity* è notevolmente usato nel comparto del trasporto ferroviario e sta ad indicare il collegamento, (effettuato con treni particolari per comfort, velocità ed efficienza) tra le città più importanti di 12 nazioni europee.

Tale rete ferroviaria comprende 56 *relazioni* diurne e 8 *relazioni* notturne con identiche caratteristiche. L'Ente FS concorre alla realizzazione del servizio Eurocity con le seguenti relazioni: Dortmund-Sestri (Carlo Magno); Hamburg-Milano (Tiziano); Ginevra-Milano (Lutetia, Cisalpino, Lemano); Zurigo-Milano (Rossini); Dortmund-Monaco-Milano (Leonardo Da Vinci); Vienna-Roma (Romulus); Stoccarda-Milano (Barbarossa); Ginevra-Venezia (Monteverdi).

Le relazioni per il servizio notturno (aventi ovviamente carrozze-letto e cuccette) vengono effettuate sui seguenti percorsi: Parigi-Venezia e Parigi-Firenze (Galilei); Parigi-Milano (Stendhal); Parigi-Roma (Palatino). Ogni convoglio ferroviario è distinto con il nome di grandi personaggi storici e geografici come scritto tra parentesi.

EUROPEAN PLAN

La locuzione *European Plan* (= Piano Europeo) si riferisce alla prenotazione di camere in albergo in *base al piano europeo*. Alcuni tariffari alberghieri specificano chiaramente e testualmente: "si accetta la prenotazione di camere anche in base al piano europeo". In tale annotazione è evidente il concetto di *restrizione o riduzione o rinuncia* ad un servizio - come la piccola colazione - che comporta sempre un guadagno, anche se non rilevante, per l'albergatore. Il piano europeo originariamente stava dunque a significare che la sistemazione alberghiera avveniva sulla base del solo soggiorno (cioè solo camera). Da diversi anni però, molti albergatori europei includono (talvolta senza evidenziarlo) nel prezzo della camera, anche la piccola colazione. Come si potrà notare, anche il mondo turistico, sovente è soggetto ad evoluzioni o cambiamenti di usi e consuetudini.

EXCURSION FARE

Il significato letterale del vocabolo inglese *fare* è: il *prezzo di una corsa* (che può essere in tram, in aereo o altro mezzo di trasporto). Va tuttavia precisato che la locuzione è diventata un termine specifico del settore aereo con cui si vuol indicare una tariffa speciale o ridotta per effettuare un viaggio in aereo a determinate condizioni. L'uso dell'espressione idiomatica suddetta è frequente non solo nel settore aereo e agenziale, ma anche per chi solitamente usa l'aereo come mezzo di trasporto.

F

F.C.U.

Si tratta di una sigla abbastanza frequente nel settore della tariffazione aerea. Le tre lettere sono le iniziali di: FARE CALCULATION UNIT (= unità tariffaria di calcolo), che viene usata per tradurre in Lire la tariffa interna di un determinato Paese ad es. tra Atene e Salonicco che è espressa in *dracme* oppure per altre monete poco note. *L'unità tariffaria di calcolo* è indicata sempre in Dollari USA e si trova in tutti i Tariffari ufficiali aerei. A motivo della fluttuazione monetaria *l'unità tariffaria di calcolo* viene aumentata percentualmente secondo i Paesi o le destinazioni del passaggio aereo.

FEE

Il significato letterale è: *onorario, competenza*, ma anche *tassa, parcella* e simili. Alcuni Tour-operators, che pubblicano un proprio *Tariffario Confidenziale* per i propri corrispondenti esteri (e perciò scritto in lingua inglese), evidenziano una nota: *handling fee* (o fees) X oppure Y per cento. Questo *handling fee* non è altro allora - secondo il gergo turistico agenziale - che una specie di recupero spese o *percentuale di commissione* sul proprio lavoro.

Va notato tuttavia che secondo i regolamenti IATA ed esattamente in base alla *Risoluzione 864*, l'espressione *handling fee* significa *compenso d'assistenza per passaggi prepagati*.

FERRY-BOAT (TRAGHETTO)

Solitamente le locuzioni di lingua inglese di carattere tecnico sono in continuo aumento nella lingua italiana; ma nel caso di Ferry-boat sta verificandosi una inversione, tanto che anche presso le Agenzie di Viaggio italiane si usa quasi esclusivamente la parola *traghetto*, però con una accezione più ampia. Infatti il *ferry-boat* (dall'inglese *to ferry* = traghettare e *boat* = battello, nave) è una nave attrezzata, con binari e quindi adatta al traghettamento di convogli ferroviari tra due sponde relativamente vicine; mentre alla parola *traghetto* si attribuisce anche il significato di trasporto di veicoli e di passeggeri con percorsi più lunghi, ad esempio da Napoli a Palermo o da Civitavecchia a Cagliari e viceversa.

F.I.A.V.E.T.

Spesso tale sigla appare senza punteggiatura, ma ciò è dovuto a motivi di semplicità e non ad errata scrittura.

Comunque il significato è: Federazione Italiana delle Associazioni degli Uffici Viaggi e Turismo, fondata a Milano il 27 febbraio 1961.

La FIAVET è associata alla F.U.A.A.V. (Federation Universelle des Associations d'Agences de Voyages).

Le Associazioni componenti la FIAVET sono a carattere regionale; attualmente denominate in base alla Regione in cui sono ubicate e precedute dalla sigla FIAVET; abbiamo pertanto FIAVET-PIEMONTE, FIAVET-LOMBARDIA, FIAVET-LAZIO ecc.

Le Agenzie di viaggio situate nella stessa regione costituiscono a loro volta l'Associazione Regionale.

Come è facile immaginare, sia le *Associazioni* regionali che la *Federazione*, sono organismi sindacali a carattere cosiddetto "padronale" e pertanto tutelanti gli interessi della *proprietà*.

FILE

Il senso letterale di questo vocabolo inglese (molto usato presso gli Uffici di viaggio) è: *fila, schedario, archivio, raccolta di documenti*. Il linguaggio turistico-agenzia ha fatto proprio quest'ultimo significato, dando però una specifica distinzione con l'aggiunta di taluni dettagli essenziali come la *numerazione progressiva, l'anno di riferimento, la destinazione e simili*.

(Cfr. anche la voce FORFAIT)

F.I.T.

È la sigla della locuzione FOR INDIVIDUAL TRAVELLERS (= per viaggiatori individuali). L'uso è frequente nelle Agenzie di viaggio e presso gli Istituti tecnici per il turismo. Talvolta tale sigla (con la pronuncia di EF AI TI) viene usata dagli esperti in occasione di conferenze, discussioni tecniche ecc. Praticamente consiste in una *cartella* contenente tutta la documentazione per turisti che viaggiano individualmente; anche se, per analogia, con la sigla F.I.T. viene distinto un *comparto di lavoro agenziale*.

FLY & DRIVE

Il significato letterale (= vola e guida) non corrisponde esattamente a quello turistico, secondo il quale, la locuzione *fly & drive* va tradotta in italiano con una perifrasi esplicativa: *per viaggiare più convenientemente usa l'aereo e all'arrivo usa subito l'auto per muoverti a tuo agio nella zona o regione circostante*. La convenienza può essere sia per la comodità e sia per motivi economici. Tuttavia esiste anche lo slogan : *aereo più auto*, con l'identico significato della perifrasi usata.

FORFAIT

Il vocabolo, di derivazione francese, ha un duplice significato letterale: 1) *contratto a prezzo stabilito*, 2) *ritiro da una competizione*. Il gergo turistico agenziale si è appropriato del primo significato ma con connotazioni più specifiche. Infatti, fermo restando il *prezzo stabilito* del viaggio, per *forfait* si intende la *cartella* recante il nome del viaggiatore, il numero distintivo e contenente tutti i documenti relativi al viaggio medesimo (il foglio del preventivo, la scheda di iscrizione, le copie delle varie lettere o i testi dei telex concernenti le prenotazioni dei servizi ecc.). Sempre nell'ambito delle agenzie di viaggio, comuni sono le espressioni: *accendere o aprire un forfait, chiudere un forfait, archiviare un forfait e simili*.

(Cfr. anche le voci FILE, e FIT)

FORUM (open)

Presso gli antichi romani, la parola forum stava ad indicare la piazza principale (a forma rettangolare) di un agglomerato edilizio e rappresentava il vero fulcro cittadino. Vi si discutevano i problemi della Res-publica, dando corpo e concretezza alla vita sociale della città. Di fondamentale importanza, specie in epoca repubblicana, era la tribuna dei Rostri adibita ad uso esclusivo degli oratori. È evidente il riferimento a quest'ultimo dettaglio dell'espressione anglo-latina open- forum, conosciuta ed usatissima (e non solo nel comparto turistico) in tutti i Convegni, Meetings, Congressi ecc. ma anche come gergo giornalistico.

FORMULA ROULETTE

Nel settore del turismo, in particolare per le offerte economiche, spesso si usa la "formula Roulette": viene garantita la tipologia (3,4 o 5 stelle) dell'hotel oppure della motonave per la crociera sul Nilo, per esempio, senza, tuttavia, indicarne il nome.

Questo verrà comunicato solamente il giorno precedente della partenza oppure all'arrivo in loco.

A fronte di questo si ottiene usualmente un forte risparmio sul prezzo.

In ogni caso tutte le strutture utilizzate dovrebbero garantire gli standard di qualità, sicurezza e comfort.

FRANCHIGIA DI BAGAGLIO

Chi viaggia in aereo sa che il proprio bagaglio al seguito, può essere trasportato senza pagamento di alcun ammontare in aggiunta alla tariffa passeggeri. La franchigia tuttavia non è illimitata ma si devono seguire le seguenti limitazioni: Kg. 30 in prima classe, Kg. 20 in classe turistica o Economy, Kg. 15 per i voli nazionali. In questi limiti tuttavia non viene calcolato il

bagaglio a mano (ammesso un solo collo). Va precisato però che allorché si viaggia in gruppo, si può effettuare un peso cumulativo, cosicché può essere possibile il trasporto (ad esempio in classe turistica) di alcuni bagagli il cui peso è di 25 kg, se compensati con altri non eccedenti i 15 Kg. Superando tali limiti, si deve pagare l'eccedenza bagaglio il cui costo varia in base alla destinazione.

FRANCHISING

Il vocabolo inglese vuole dire "*franchigia, privilegio*". È usato nel settore alberghiero e della ristorazione soprattutto in occasione di meetings e nei periodici di categoria col significato plurimo di *affiliazione*, combinazione commerciale, accordo operativo speciale e simili; quindi concreta collaborazione tra imprese turistiche. Il problema consiste nell'abolizione della proliferazione micro-aziendale per creare gestioni concentrate, magari anche in forme consortili e cooperative o nella realizzazione di grossi complessi ricettivi. Tale fenomeno è già in pieno sviluppo, soprattutto all'estero, con la creazione di catene alberghiere e della ristorazione, oppure nella realizzazione delle *JOINT VENTURES*.

FREE SALE

L'espressione idiomatica inglese, tipica del comparto commerciale e industriale, assume uno specifico significato nel campo turistico con particolare riferimento al rapporto tra i vettori (aerei, automobilistici e marittimi) e le Agenzie di Viaggi, nonché tra queste e gli esercizi alberghieri e para-ricettivi. La *libera vendita* concessa dai fornitori di servizi alle Agenzie di viaggi non è libera in senso assoluto e illimitata, ma deve essere preventivamente concordata. In base dunque a precisi accordi il Tour-operator effettuerà le operazioni di vendita fino alla conclusione del proprio contingentamento predeterminato. Talvolta il "*free sale*" viene concordato anche tra il Tour Operator e l'Agenzia dettagliante.

FUAAV

Si dà il caso che un cultore di cose turistiche possa incontrare un'espressione come questa: "... dopo molteplici incontri, è stato raggiunto un accordo definitivo tra la IATA e la FUAAV..." Si sa che il mondo della tecnica e in generale i numerosi settori in cui è ripartita l'attività umana sono pieni di termini non sempre facilmente comprensibili, soprattutto quanto sono espressi ininglese. Il turismo non esula da tale realtà e pertanto stimiamo utile ricordare che la sigla sta a significare: *Federazione Universale delle Associazioni degli Agenti di Viaggio*. Nè va dimenticata la Convenzione Alberghiera tra la FUAAV e l'AIH (Associazione Internazionale degli Albergatori) che pochi operatori turistici conoscono o attuano, mentre la sua applicazione eviterebbe inutili contenziosi giuridici o controversie.

FULL CREDIT

La traduzione italiana di queste due parole inglesi, vuol dire pieno credito, oppure fiducia completa accordata ad una determinata persona. Nel gergo turistico i due vocaboli full credit sono solitamente preceduti da *VOUCHER*, cosicché avremo Voucher Full Credit. Non è ovviamente un Voucher speciale per il suo contenuto o per il formato, ma si tratta di un Voucher avente un particolare *valore monetario*, ipoteticamente illimitato. In realtà il suo *valore* non può mai eccedere l'ammontare consentito dalle disposizioni valutarie.

Il Voucher *full credit* (emesso a favore di un *turista* che riscuote la massima fiducia presso l'Agenzia di cui è cliente) viene intestato ad una Agenzia di viaggi corrispondente (solitamente estera) presso la quale il turista-cliente in questione potrebbe avere ad es. la possibilità di ricevere il denaro di cui necessita evitando così di portare con sé notevoli somme con tutte le conseguenze del caso.

Dobbiamo rilevare comunque che il *Voucher full credit* sta andando in disuso per l'utilizzo sempre più frequente delle Carte di Credito.

G

GAP

Vocabolo originario dell'antica lingua norvegese col significato di: *crepaccio, abisso*. In senso tecnologico vuol dire: *divario, scarto, distanza* e simili. Nell'ambito turistico, il vocabolo viene usato quasi esclusivamente nel lessico giornalistico, corsi di aggiornamento tecnico, meetings culturali, nelle espressioni: *il gap tra lo sviluppo turistico europeo e africano è enorme*. Esiste però un particolare significato tecnico nel comparto aereo secondo il quale *gap* vuol dire *soluzione di continuità* e sta ad indicare quella parte di un itinerario aereo che comporta spostamento con mezzi che non siano servizi regolari (eccetto le soluzioni causate dalla distanza tra due aeroporti che servono la stessa città: ad es. Milano-Linate e Milano-Malpensa).

GIRO DEL MONDO

Il significato della locuzione è ovvio in qualunque lingua, tuttavia per il settore aereo richiede una peculiare spiegazione sul come.

Infatti, in base ai regolamenti IATA, il mondo si deve considerare diviso in tre aree: la n. 1 comprende le due Americhe, la n. 2 comprende l'Europa e l'Africa e la n. 3 comprende l'Asia e l'Australia.

Un aeromobile pertanto per effettuare il giro del mondo dovrà *toccare le tre aree*.

Il giro del mondo allora consiste *in un viaggio aereo essenzialmente circolare il cui passeggero non torna mai indietro ma proseguirà sempre nella stessa direzione fino ad arrivare allo stesso punto di partenza*.

G.M.T.

Le tre lettere costituiscono le iniziali dei vocaboli *Greenwich Mean Time* (= tempo medio di Greenwich). Greenwich sobborgo sudorientale della *grande Londra*, viene considerato come *meridiano zero* ed origine delle longitudini; pertanto i *fusi orari* ad oriente di Londra recano il segno distintivo +, mentre ad occidente il segno è - (da 1 a 12 ovviamente). La suddetta precisazione è importante poiché, nel settore aereo, gli orari di partenza e di arrivo vengono considerati come *tempo locale* (= local time).

GRUPPO (G.V.)

In base all'art. 37 della Convenzione internazionale tra la FUAAB e l'AIH viene considerato gruppo, un minimo di 11 partecipanti, Per il settore aereo invece può essere considerato gruppo anche 4 persone viaggianti insieme. Comunque, per qualunque fornitore di servizi, la tariffa applicata è proporzionale all'entità del gruppo. L'espressione idiomatica usuale, per quanto concerne il prezzo del trasporto aereo, è *Group Fare*. Dal punto di vista grafico, per esprimere la tariffa di gruppo si usano le varie sigle; GV 4 oppure GV 6 od anche GV 9 fino ad un massimo di 20. Le due lettere G e V sono le iniziali di GROUP e VOYAGE, cioè *viaggio in gruppo*. Si noti tuttavia l'anomalia lessicale della locuzione per l'uso congiunto di un vocabolo inglese (=group) e di un vocabolo francese (= voyage).

G.S.A.

Sono le iniziali dei vocaboli *General Sales Agent* (= agente generale di vendita). Si tratta delle Agenzie di viaggi che rappresentano una Compagnia aerea in una località in cui questa non ha uffici di rappresentanza o di vendita.

Un'Agenzia di viaggi che è concessionaria IATA non può essere un General Sales Agent e qualora quest'ultimo desiderasse diventare concessionario IATA per la vendita della Biglietteria aerea internazionale, deve rinunciare all'attività precedente.

L'*agente generale* (più noto con la sigla GSA) riceve una provvigione più elevata della consueta, concessa agli agenti IATA, a compenso dell'attività svolta a favore della Compagnia aerea rappresentata.

GUIDA TURISTICA

Secondo la definizione più comune dei glottologi, è *guida* "chi precedendo o accompagnando mostra o insegna la via da seguire".

In base alla legge quadro sul turismo, all'art. 11 comma terzo:

È guida turistica chi, per professione, accompagna persone singole o gruppi di persone nelle visite ad opere d'arte, a musei, a gallerie, a scavi archeologici, illustrando le attrattive storiche, artistiche, monumentali, paesaggistiche e naturali".

Le varie disposizioni *regionali* stabiliscono inoltre che la *guida turistica* può esercitare la professione nell'ambito della città dove risiede o, talvolta, con l'estensione al circondario provinciale.

H

H.B. = HALF BOARD = 1/2 PENSIONE

Sostantivo inglese, di origine indo-europea, con vari significati: *sala, municipio, tribunale ecc.*
Nel li

HALL

Sostantivo inglese, di origine indo-europea, con vari significati: *sala, municipio, tribunale ecc.*
Nel linguaggio turistico con la parola *Hall* (pron. hol) si intende l'ampio salone di ingresso-soggiorno negli alberghi. Grammaticalmente il genere è femminile; si dirà pertanto LA HALL, UNA HALL oppure NELLA HALL ecc.

La denominazione *Town-hall* sta invece ad indicare il *Palazzo Municipale* di una città.

HAPPENING

Sostantivo della lingua inglese che deriva dal verbo *to happen* (= avvenire, accadere ecc.).
La traduzione letterale in italiano è dunque: *avvenimento*. In senso lato anche *manifestazione, rappresentazione*, che può essere politica, religiosa, sportiva o folcloristica. È di uso comune (non solo nel lessico turistico) l'espressione idiomatica: è un *happening che non bisogna farsi sfuggire*.

HOLDING

Il significato letterale è: *possesso, patrimonio*, ma in base all'attuale, comune significato, si tratta di una Società finanziaria (anche internazionale) che detiene la maggioranza azionaria e controlla l'attività di un gruppo di imprese. Il vocabolo *holding* è noto in ogni comparto economico e dunque anche turistico, dove esistono Società con tale figura giuridica.

HOLIDAY-INN

Questa parola composta della lingua inglese, che separatamente significa *vacanza e locanda*, in realtà è la denominazione di una catena alberghiera solitamente di categoria lusso o 5 stelle e come tale è conosciuta in ogni comparto turistico italiano e internazionale.

Il solo vocabolo *holiday*, pur essendo conosciuto nel mondo turistico italiano, tuttavia non è usato nel linguaggio corrente.

HOSPITALITY DESK

Talvolta, entrando nella Hall di un albergo, si trova un tavolo *riservato* con la scritta *hospitality desk* (= tavolo per l'ospitalità), unitamente al nome dell'Agenzia organizzatrice del viaggio. Si tratta di un servizio di informazione (e spesso di vendita di gita facoltative) ovviamente non per tutti i clienti dell'albergo, ma per quel determinato gruppo di turisti che stanno effettuando il viaggio organizzato dal Tour-operator il cui nominativo è evidenziato nello stesso cartello dell'*hospitality desk*. Di questo servizio solitamente se ne occupa il tour -escort o accompagnatore al quale l'Agenzia organizzatrice del viaggio concede sovente gli interi proventi che ne derivano, o parte di essi, secondo gli accordi prestabiliti. L'accompagnatore pertanto non può organizzare *in proprio* un'*hospitality-desk* poiché ciò è proibito per legge e per conseguenza contrasterebbe con l'etica professionale.

HOSTESS

Secondo l'etimologia, il vocabolo ha origine dalla lingua latina (*Hospitem*), cioè colui che accoglie in casa un forestiero. Essendo divenuto *comune* a molte lingue è ormai internazionalmente conosciuto e viene comunemente usato per indicare le *assistenti di volo*. Per analogia mantiene lo stesso nome (*hostess*) il personale femminile impiegato su altri mezzi di trasporto come autopullmans e navi; tuttavia se ne fa largo uso anche nel settore industriale e commerciale durante congressi, meetings, manifestazioni varie.

HOTEL

Questa parola può essere considerata *italiana a tutti gli effetti*, anche se in realtà la troviamo in tutte le principali lingue e con lo stesso significato. Dal punto di vista etimologico, *Hotel* deriva dal Francese che a sua volta ha assunto questo vocabolo dal *tardo latino* (contrazione di

Hospitalem style='mso-bidi-font-style:italic'>.

Curiosamente la parola italiana ALBERGO deriva invece dal *Gotico* HARIBERGO che significava appunto ALLOGGIO.

HOTEL ACCOMODATION

Secondo il glottologo Hazon, la locuzione inglese dovrebbe tradursi in italiano con la frase: *comodità alberghiera*; ma per il lessico turistico agenziale, l'esatto significato è: *sistemazione alberghiera* nel senso di *assegnazione della camera d'albergo*. In senso lato quindi l'espressione *hotel accomodation* sta a significare il pernottamento in una camera d'albergo.

HYDROFOIL (ALISCAFO)

Entrambi i termini sono usati nella programmazione dei viaggi. Il termine inglese tuttavia è più conosciuto presso le Agenzie di viaggio che si occupano di *Incoming* o *Ricettivo*. Infatti questo battello veloce viene impiegato sempre più frequentemente (anche come servizio regolare di linea) per effettuare i collegamenti tra le coste della penisola italiana e le vicine isole come Capri, Ponza, Ischia ecc.

Solitamente i turisti stranieri preferiscono l'aliscafo al normale *vaporetto* quando ad esempio hanno in programma un'escursione ad una delle isole suddette. Il motivo è duplice: il poco tempo a disposizione e la velocità del *mezzo di trasporto*.

Simile all'aliscafo è l'*hovercraft*, adibito sempre come mezzo di trasporto per passeggeri.

I

I.A.T.

Le tre lettere, sono le iniziali di *Informazione e Accoglienza Turistica*. Si tratta di un ente parificato agli uffici "Pro-Loco" e che dovrà sostituirli in base alla *legge quadro*, mantenendone le stesse caratteristiche giuridiche di *Associazioni turistiche volontarie* e come tali non riconosciute come persone giuridiche. Essendo gli associati a regolarne l'ordinamento e l'amministrazione, per tal motivo gli Uffici I.A.T., vengono considerati operatori turistici privati ma senza scopo di lucro.

I.A.T.A.

Il significato di questa sigla è: *International Air Transport Association* (= Associazione Internazionale per il Trasporto Aereo). Si tratta di una organizzazione privata (non governativa) e volontaria ed è aperta a tutte le Compagnie aeree (di bandiera e non) purché membri dell'I.C.A.O. (= International Civil Aviation Organisation) e che siano concessionarie di servizi aerei di *linea*.

Non tutte le Agenzie di viaggio sono *concessionarie IATA*, ma soltanto quelle che hanno ricevuto l'*approvazione* e per conseguenza hanno in dotazione la biglietteria aerea internazionale. La sede della IATA si trova a Ginevra ed è rappresentata dalla Compagnia di bandiera in ogni Stato; quindi in Italia dall'Alitalia.

I.F.T.O.

È una sigla che come tale è nota soltanto a pochi esperti del mondo turistico, si tratta infatti della International Federation (of) Tour Operators (= Federazione Internazionale dei *Tour Operators*). La *non-traduzione* in italiano degli ultimi due vocaboli (Tour Operators) non è causale, ma è stata mantenuta la locuzione inglese per non confondere la categoria dei *programmatori-grossisti* dei viaggi con quella dei dettaglianti, i quali a buon diritto possono anch'essi definirsi operatori turistici.

INCENTIVE TOURS

Molti Agenti di *Viaggio grossisti* (comunemente denominati anche TOUR OPERATORS) pubblicano una speciale programmazione di viaggi col titolo di *Incentive Tours o Viaggi Incentive*. L'aggettivo inglese comunque rimane immutato anche nella locuzione italiana, con l'identico significato, ben noto nel campo *agenziale*. Si tratta di viaggi particolari programmati *ad usum delphini*, cioè per gruppi di persone dipendenti di una Agenzia Industriale o Commerciale. Sono gruppi cosiddetti *chiusi* con la partecipazione eventuale dei loro familiari. Quasi sempre tali viaggi vengono offerti dalle Agenzie gratuitamente, in base a determinate forme di produzione cui, di volta in volta, viene attribuito un particolare carattere di *incentivazione* style='mso-bidi-font-style:italic'>.

Generalmente per questi viaggi la sistemazione alberghiera è a 4 o addirittura a 5 stelle (= 1a cat. o lusso) con particolare rilievo della parte gastronomica.

INCLUSIVE TOUR (I.T.)

La locuzione completa dovrebbe essere ALL INCLUSIVE TOUR, ma per la brevità e con identico significato si usa soltanto *Inclusive Tour* o più semplicemente le sole iniziali dei due vocaboli I.T..

Tale sigla è comunemente nota non solo presso le organizzazioni turistiche, quali le Agenzie di viaggio, le Compagnie aeree od anche le ferroviarie (come vedremo alla voce R.I.T.), ma da tutti coloro che hanno una qualche dimestichezza coi viaggi. Costoro infatti, entrando in una Agenzia di viaggi, chiedono con tutta naturalezza: vorrei un IT per Londra, per Parigi ecc. ben sapendo che si tratta di un VIAGGIO TUTTO COMPRESO, cioè *trasporto aereo*, e i *servizi a terra* (Hotels, trasferimenti da/per l'aeroporto, escursioni ecc). Alla realizzazione degli Inclusive Tours concorrono le Compagnie aeree, i fornitori dei servizi a terra e le Agenzie di Viaggio (anche quelle che non hanno la concessione IATA) che organizzano il *pacchetto turistico*. La pubblicazione dei programmi di viaggio degli Inclusive Tours deve avere l'*approvazione* di una Compagnia aerea la cui sigla dovrà comparire sul biglietto aereo, emesso per il trasporto dei turisti.

IN - OUT

Nella corrispondenza tra Agenzie di viaggi e Hotels (sia per via epistolare che tramite telescrivente, fax, e-mail ecc..) non raramente si usano le espressioni IN per indicare l'arrivo del cliente in Hotel e OUT per indicare la partenza.

In realtà, IN è l'abbreviazione della parola inglese INCOMING, mentre OUT è l'abbreviazione di OUTGOING. Questi due vocaboli in gergo strettamente *agenziale* stanno tuttavia a significare il *turismo ricettivo* (= incoming) e il *turismo operativo o proiettivo* (=outgoing). Talvolta dunque nello stesso comparto un identico vocabolo può cambiare di significato se usato in differenti settori specifici.

INTERCITY

Per indicare i collegamenti a lungo percorso e tra importanti località, non solo in Italia ma anche all'estero (Paesi dell'Europa occidentale), le varie reti ferroviarie usano la denominazione *Intercity* (= tra città). Si tratta di treni veloci che utilizzano materiale di gran *comfort* e con carrozze climatizzate sia per la *prima* che per la *seconda* classe, pur con la dovuta differenza esistente tra le due classi.

Tutti i convogli dispongono di carrozze-ristorante o self-service, come servizio aggiuntivo rispetto ad altri treni.

Attualmente, in Italia sono in funzione i seguenti treni Intercity: Milano-Lecce (Adriatico, Donizzetti); Milano-Roma (Ambrosiano, Brera, Colleoni, Colosseum, Naviglio, Pantheon, Tevere); Milano-Firenze (Meneghino): Milano-Napoli (Vesuvio); Venezia-Roma (Brenta, Palladio); Roma-Trieste e Roma-Udine (Marco Polo, Ancona-Roma (Conero, Dorico, Federico II); Bologna-Roma (Garisenda), Firenze-Roma (Mercadante, Murge, Roma-Reggio Calabria (Aspromonte, Sila); Roma-Palermo (Peloritano). Anche i treni *Intercity* vengono distinti con nomi di personaggi storici o nomi geografici.

INTERLINE

È un'espressione tecnica (in italiano *interlinea*) usata insieme ad un'altra parola per descrivere qualsiasi fatto od azione che coinvolge due o più Compagnie aeree, come ad esempio: *prenotazione interline*, *itinerario interline*, *sosta volontaria (stopover) interline*, *punto*, *accordo interline* e simili.

INTERPISTA (Aerobus)

Chi ha poca dimestichezza col trasporto aereo potrebbe pensare che l'*aerobus interpista* potrebbe essere l'appellativo di qualche particolare aeromobile, magari una speciale versione dell'Airbus. Si tratta invece di un modernissimo Autobus che può trasportare fino a 200 passeggeri ed effettua il servizio all'interno degli aeroporti principali: dal Gate (= porta) dell'edificio aeroportuale fino alla scaletta dell'imbarco del velivolo. L'entrata dei passeggeri avviene dalla porta retrostante e l'uscita dalle porte centrali dell'automezzo cosicché i primi ad entrare sono anche i primi ad uscire. Il trasporto all'interno dell'aeroporto avviene in modo più razionale e con maggior sicurezza evitando così l'ingombrante e talvolta pericoloso movimento dei passeggeri nelle zone operative immediatamente adiacenti l'aeromobile.

J

JET

Vocabolo inglese che si può considerare italianizzato a tutti gli effetti che è ormai entrato a far parte del linguaggio comune e viene riportato anche nei vocabolari della lingua italiana. Il significato letterale comunque è: *zampillo, spruzzo*; ma il vocabolo comunemente conosciuto si riferisce agli aerei a *reazione* o *aviogetti*.

JET-LAG

La traduzione letterale in italiano di questa locuzione inglese è : *aviogetto-ritardo*. L'idea immediata per tale denominazione sarebbe pertanto *il ritardo con cui un aereo giunge all'aeroporto di destinazione, rispetto all'orario previsto*.

In realtà all'espressione JET-LAG viene attribuito un ben altro significato. Si tratta infatti dell'effetto psico-fisico in cui viene a trovarsi il passeggero per la differenza dei fusi orari esistenti tra il punto di partenza del volo e quello di arrivo. L'effetto del JET-LAG incomincia a verificarsi con almeno tre ore di differenza rispetto ai fusi orari.

Solitamente gli effetti del JET-LAG (nausea, stanchezza, sonnolenza, ecc.) vengono assorbiti in sue-tre giorni di acclimatazione. Molto però dipende dalle qualità o energie psico-fisiche del viaggiatore e dal numero dei fusi orari.

K

KICK-OFF DINNER

Questa espressione della lingua inglese, se considerata in senso strettamente letterale, vuol dire *calciare o prendere a pedate la cena*, con l'ovvio significato di rifiutare una cena indubbiamente cattiva o di pessima qualità.

Curiosamente però, tale locuzione, viene ormai comunemente usata con un significato diametralmente opposto nel settore della ristorazione, con la specifica idea o concetto di *iniziare un banchetto o un pranzo di lavoro* col quale viene inaugurato un meeting, una manifestazione od un congresso di qualunque specie e quindi anche turistico. Solitamente *kick-off dinner* si trova *nei programmi di partecipazione* e può considerarsi stretta parente della più nota locuzione *farewell dinner*; cioè banchetto di gala e cena di commiato con cui si chiude un viaggio o una manifestazione congressuale.

KINDERHEIM

Probabilmente è l'unico vocabolo tedesco (di origine indoeuropea) assai noto e comunemente usato nel linguaggio turistico di espressione italiana e internazionale.

Il termine si trova quasi sempre nei depliant dei villaggi turistici allorché viene specificato che il villaggio è dotato di ogni comfort e fornito anche di un *Kinderheim*, cioè di un luogo (situato nello stesso villaggio) separato e riservato ai bambini che usufruiscono di una continua assistenza, per tutto il periodo di soggiorno nel villaggio medesimo. Esistono anche degli appositi edifici, costruiti con particolari accorgimenti, che accolgono esclusivamente bambini e adolescenti durante il periodo delle vacanze. Per tal motivo sono denominati *Kinderheim* il cui significato letterale è *appunto casa per bambini*.

KIT

Questo vocabolo del lessico inglese non ha una specifica attinenza col settore turistico, dato che il significato letterale è: *borsa, attrezzatura, equipaggiamento*. Nei suoi composti con *tool* e *bag* acquista i significati rispettivamente di *borsa per utensili* e *sacca sportiva*. Per analogia la parola *kit* si usa per indicare *tutto il materiale esposto in una vetrina a scopo pubblicitario*, quindi *vetrofanìa*. L'uso del vocabolo nei giornali, conferenze, corsi di aggiornamento per particolari settori di marketing è abbastanza frequente anche se di recente acquisizione.

KNOW-HOW

Locuzione inglese che letteralmente significa *sapere come*. Si tratta di un concetto polivalente, implicante conoscenza di processi organizzativi e produttivi, accompagnati da una lunga attività operativa. L'espressione idiomatica (Know How) è di uso frequente nei periodici di categoria, nei convegni di studio e a carattere turistico-culturale.

L

LAND ARRANGEMENT

Nell'organizzazione di un viaggio, a lungo o a breve raggio, solitamente concorrono due componenti fondamentali: il trasporto aereo e i *servizi a terra*: sistemazione alberghiera, trasferimenti, visite turistiche, escursioni, ristorazione ecc.

Tutti questi servizi vengono sinteticamente definiti con la locuzione inglese: *land arrangement*; assai nota peraltro nel comparto turistico agenziale e aereo.

L'organizzazione dei *land-arrangements* è indispensabile per l'emissione della biglietteria aerea a tariffa speciale come nel caso degli Inclusive Tours (I.T.) sia per turisti individuali che per turisti viaggianti in gruppo.

LIFT

L'etimologia del vocabolo sembra di origine tedesca e deriverebbe, secondo alcuni glottologi, dal tedesco *luft* (= aria). Si tratterebbe dunque di una macchina che serve per *sollevare in aria*. In italiano il vocabolo corrispondente è *ascensore o montacarichi*.

Assai note comunque (specie nel comparto alberghiero) sono le parole composte: *lift-boy* e *lift-man*; cioè la persona addetta al funzionamento o alla manovra dell'ascensore.

Parimenti nota è la parola composta *ski-lift*, di origine inglese ma da considerarsi neologismo per l'italiano col significato di *sciovia*.

LINEA

Lo specifico significato turistico del vocabolo viene desunto dal *senso dinamico*. Sono note infatti le locuzioni *servizio di linea* (aerea - ferroviaria - marittima - automobilistica). Si tratta pertanto di un percorso o itinerario seguito da mezzi di trasporto (solitamente per passeggeri) con orari e soste prestabilite.

L'espressione *volo di linea* inoltre si usa per precisare che non si tratta di un *volo-charter*.

La differenza tra i due voli consiste principalmente nel fatto che al volo charter possono accedere soltanto i passeggeri componenti un determinato gruppo e possono fruire dell'aereo ad uso esclusivo. Talvolta charter viene anche denominato *volo speciale*, ma soltanto per distinguerlo dal volo di linea.

LOAD-FACTOR

Questo termine tecnico inglese viene frequentemente usato, sia in occasione di conferenze e sia dalle pubblicazioni specializzate del comparto industriale e commerciale e quindi anche turistico.

L'ovvio significato è: *coefficiente di carico*; ma pur riferendosi anche al settore merci; per il turismo si attribuisce esclusivamente al trasporto dei passeggeri, con il preciso significato di *indice di occupazione posti*. Naturalmente questo problema altamente scientifico riguarda tutti i vettori: aerei, terrestri e marittimi. In senso lato, dunque si tratta di una statistica importante nel comparto del trasporto in base alla quale può essere orientata tutta una politica aziendale.

LOCAL TIME

Espressione linguistica assai frequente presso le Agenzie di viaggio e le compagnie di trasporto (specie nel settore aereo). Per *local time* (= orario locale) si intende l'orario di arrivo di un aereo in un determinato aeroporto. Tale indicazione è importante soprattutto quando si devono percorrere notevoli distanze con l'attraversamento di vari fusi orari. Se ad es. un aereo parte da Roma a mezzogiorno e arriva alle ore 10 (di una determinata località) del giorno seguente, potrebbe sembrare che l'arrivo a destinazione avvenga due ore prima della partenza; allora, per non ingenerare confusioni, unitamente all'orario di arrivo (= local time) si aggiunge un asterisco, che indica il giorno successivo a quello della partenza.

LODGE

Il significato letterale è *alloggio, casetta*. Nel settore turistico col vocabolo lodge si intende albergo, solitamente di modeste condizioni, situato in zone o regioni turisticamente allo stato primordiale ma interessanti per la flora e la fauna circostante. Talvolta il lodge è costituito da un certo numero di bungalow, di modesto comfort, dislocati attorno a un nucleo centrale. Esistono anche i *travel-lodges* molto simili alla catena dei *motels*.

LOST AND FOUND

Traduzione letterale: *perduto e trovato*. Si tratta del participio passato dei due verbi inglesi *to lose* (pron. tu lus) o *to find* (pron. tu faind). In realtà con tale locuzione si intende un ufficio, che solitamente si trova presso tutti gli aeroporti, dove vengono denunciati o custoditi gli oggetti smarriti dei viaggiatori. Generalmente si tratta dei bagagli del cui trasporto e custodia è responsabile il vettore aereo.

LOUNGE

Vocabolo poco noto presso le Agenzie di viaggio; più frequente invece nel settore alberghiero appunto perché come termine tecnico significa *sala d'albergo*, ma non necessariamente, la sala principale che solitamente si trova all'ingresso di ogni albergo. Quest'ultima è più comunemente conosciuta col vocabolo di *Lobby* oppure *Hall*. Familiari sono infatti le espressioni: *ci vedremo alla tale ore nella Hall o nel Lobby dell'Albergo*.

A titolo di curiosità ricordiamo che il vocabolo inglese *to lounge* significa *bighellonare, gironzolare* ed anche *stare in panciolle*. Atteggiamenti o modi di comportarsi questi, consueti in una sala d'Albergo.

LUNCH

Termine usatissimo nel settore della ristorazione, che vuol dire: *seconda colazione o pasto del mezzogiorno*. Secondo l'accezione americana la parola LUNCH ha lo specifico significato di *spuntino* e, rapportato alla realtà, quest'ultimo è un termine più appropriato. tale vocabolo della lingua inglese è così integrato nel linguaggio turistico italiano che un Agente di Viaggi italiano (anche quando non conosce l'inglese) scriverà quasi sempre LUNCH e non *Seconda Colazione*. Molto nota è anche la locuzione *Basket-lunch* (= cestino da viaggio).

M

MAEL

In tutte le Agenzie di Viaggio che hanno la biglietteria ferroviaria è conosciuta la parola MAEL. Si tratta di un COMPUTER o sistema elettronico che viene usato per la *prenotazione* e l'*emissione* della biglietteria ferroviaria e facilita enormemente ogni problema di contabilità derivante dalla *bigliettazione* sia nazionale che internazionale per il trasporto ferroviario.

MAILING-LIST

Questa locuzione inglese è di uso comune nel linguaggio turistico, ma anche in altri comparti, soprattutto commerciale. Si tratta ovviamente dello schedario usato per l'invio postale del materiale pubblicitario e promozionale.

Lo schedario della clientela comunque sta scomparendo man mano che si effettua l'installazione del computer. L'elaborazione elettronica infatti elimina la scheda sempre ingombrante e aleatoria, memorizzando la lista della clientela con una rapida esecuzione sia di *stoccaggio* che operativa.

MAITRE D'HOTEL

Nonostante la denominazione, il *maître d'hotel* talvolta non ha nulla a che vedere con l'albergo. Si tratta infatti del direttore della sala-ristorazione. Di sua pertinenza sono pertanto la conduzione e la supervisione dei servizi di ristorazione; sovente anche l'arredamento e la decorazione floreale, nonché la cordiale accoglienza della clientela. L'iniziale precisazione è motivata dal fatto che molti Hotels, per cause gestionali, non effettuano il servizio di ristorazione, ad eccezione della piccola colazione. Tali esercizi alberghieri vengono denominati *Hotel meublé*.

MANAGEMENT- MANAGER

I due vocaboli, pur avendo una rimarchevole analogia etimologica, non sono per nulla sinonimi. Infatti il primo termine significa *direzione, gestione, amministrazione*, ma anche *scienza dell'attività direttiva*; il secondo termine sta ad indicare la *persona fisica* che rappresenta in concreto l'idea concettuale espressa nel primo termine. Questa analisi semantica vale per ogni comparto operativo: industriale, commerciale e terziario/turistico.

MARKETING

Vocabolo di uso comune e non solo nel settore turistico. Grammaticalmente è il gerundio del verbo inglese *to market* che vuol dire *vendere*, ma la traduzione ormai consueta del termine è *compravendita*. Dal punto di vista economico il vocabolo marketing vuol dire tecnica delle ricerche di mercato con una duplice fase o prospettiva.

Nella prima fase si stabiliscono tre elementi: *l'oggetto, il tempo* e le *caratteristiche* della produzione; mentre nella seconda fase si stabilisce la *vendita* e *l'analisi dell'uso* del bene prodotto.

MARK UP

Si tratta di un neologismo inglese ed è un termine tecnico specifico del settore commerciale. È abbastanza frequente nel linguaggio degli Agenti di viaggio, ma è più diffuso l'equivalente "*provvigione, commissione, profitto e simili*". Il *mark-up* pertanto consiste nella differenza tra il costo reale e il prezzo di vendita al pubblico del prodotto turistico; tale differenza costituisce il guadagno di un'organizzazione turistica o Agenzia di Viaggi. Si tratta comunque di un *utile lordo*; può variare, in percentuale, da servizio a servizio e viene determinato dalla direzione dell'Azienda.

MASTER

Il significato letterale del vocabolo è: *padrone, proprietario, maestro*. Sostanzialmente è questo il concetto comunemente inteso e che viene attribuito alla denominazione inglese di *Master* nel settore industriale e commerciale, ma anche turistico. Tuttavia le frasi *partecipare ad un Master* oppure *frequentare un Master*; si usano per indicare un corso di studi e di perfezionamenti professionale, soprattutto in riferimento alla formazione altamente qualificata per un dirigente d'azienda.

MASTER-TICKET

Locuzione inglese la cui traduzione letterale è: *biglietto-mastro*, cioè biglietto principale. Nel linguaggio turistico agenziale o di compagnie aeree l'espressione inglese è molto nota e di uso comune. Il *master-ticket* comunque è un normale biglietto aereo solitamente emesso per un volo charter e per l'intero gruppo di turisti trasportati. Nel *master-ticket* figura soltanto il nome del tour-leader, ma ad esso viene allegato l'elenco dei passeggeri costituenti il *gruppo-charter*.

M.C.O.

La sigla M.C.O. sta a significare l'iniziale di tre vocaboli: MISCELLANEOUS CHARGES ORDER (= Ordine di Spese varie o di vario genere). anche nelle Agenzie di viaggi italiane (come crediamo in tutte le Agenzie del mondo) si pronuncia EM SI O, all'inglese. Si tratta di un *Voucher particolare* in dotazione presso le Agenzie di viaggio concessionarie della biglietteria aerea, tanto che viene stampato dalla IATA e reca, in alto a sinistra del frontespizio, un globo alato e sovrapposto a quest'ultima sigla. L'uso di questo documento, che in modo esemplificativo l'abbiamo definito "Voucher particolare", è molto semplice e può essere emesso: 1) come pagamento delle tasse d'imbarco, quando queste non sono già incluse nel costo del biglietto aereo; 2) come pagamento per eccedenza del bagaglio; 3) per il pagamento del passaggio di classe, es. dalla *turistica* (o *economy*) alla *prima* (o *First*); 4) come pagamento dei servizi *a terra* (cioè *escursioni, alberghi, visite di città* ecc.) (= *land arrangement*). Si tratta comunque di servizi, complementari al trasporto aereo del turista e per conseguenza l'EM SI O costituisce un documento complementare al biglietto aereo stesso.

MEETING

Vocabolo assai comune non solo nel gergo turistico, ma anche politico, sportivo, mondano, culturale ecc. col comune significato di *incontro, riunione, assemblea, raduno, convegno* ecc. Negli aeroporti, specialmente internazionali, si trovano delle indicazioni con la dicitura: *meeting point* (= punto di incontro), con l'evidente scopo di facilitare determinati servizi turistici come punti di riferimento di viaggiatori sia in arrivo che in partenza. Altra espressione abbastanza nota è *meeting-planner*, cioè organizzatore di Congressi.

MEMO

È l'abbreviazione del vocabolo *memorandum* (dal latino *memorare*, cioè *ricordare*). La parola *memo* è molto usata nel settore aereo (Compagnie aeree e Agenzie di viaggio concessionarie di biglietteria aerea), ma unitamente ai vocaboli *debit* e *credit*. Così si avrà *debit memo* e *credit memo*. Si tratta di documenti o prestampati con cui le Compagnie aeree comunicano alle Agenzie di viaggio eventuali *addebiti* o *accrediti* allorché il valore monetario di un biglietto aereo non è stato giustamente calcolato per vari motivi: errato computo tariffario, rimborso di un *tagliando di volo* non usufruito, applicazione di una tariffa speciale non consentita e simili. Poiché è evidente il rapporto tra Compagnie aeree e Agenzie di viaggi, concessionarie per la vendita della biglietteria aerea internazionale, il titolo completo del documento è sempre preceduto dal vocabolo *Agency*, cosicché si avrà: *Agency debit memo* (per un addebito) e *Agency credit memo* (per un accredito).

MID-WEEK

L'espressione idiomatica inglese che letteralmente vuol dire: *in mezzo alla settimana* o a *metà settimana*, ha riferimento turistico soltanto nel settore della tariffazione aerea. Si tratta di una tariffa particolare, ridotta (ma non di molto) rispetto alla tariffa aerea con partenza o ritorno nei giorni di Sabato e Domenica, specie nei tratti transatlantici. Tale tariffa ridotta ha una duplice motivazione: incentivare il traffico infrasettimanale e diminuire *quello di fine settimana solitamente più richiesto*.

MIGLIAGGIO

La distanza da un punto ad un altro, percorsa in aereo, si misura in *miglia* (e non in chilometri) in base alle quali si stabiliscono le tariffe aeree. Occorre però notare che la distanza reale tra due punti viene ampliata del 20% cosicché si possono effettuare *deviazioni* (in inglese, *free deviation limit*= limite di libera deviazione) fino ad un massimo consentito (del 20%) senza pagare alcun aumento tariffario. Il termine tecnico-turistico (sempre in lingua inglese) è *maximum permitted mileage*, cioè *massimo migliaggio consentito*.

In base a questo regolamento, tra l'aeroporto di origine del volo e quello di destinazione, si possono effettuare *soste intermedie* purché la somma delle loro distanze non superi il *massimo migliaggio* consentito. Ma ecco un esempio: per andare a Parigi, partendo da Roma, un passeggero desidera fermarsi a Milano e a Zurigo, senza alcun supplemento di costo rispetto al volo diretto. In tal caso l'operatore che emetterà il biglietto aereo dovrà accertarsi se la somma della distanza (espressa in miglia) da Roma a Milano, più Milano-Zurigo, più Zurigo-Parigi non superi il numero di miglia esistenti tra Roma e Parigi. Nei *manuali ufficiali* si troverà: Roma-Parigi = 825 miglia M.P.P. (=Maximum Permitted Mileage), mentre il migliaggio reale tra Roma e Milano è uguale a 311 miglia, tra Milano e Zurigo è di 135 miglia e tra Zurigo e Parigi è di 299 miglia, con un *migliaggio reale* totale pari a 745 miglia. Pertanto le soste intermedie di Milano e Zurigo sono ampiamente consentite con una differenza positiva di 80 miglia, per cui non si richiede nessun supplemento tariffario.

MOTEL

Il vocabolo è una contrazione delle due parole *motor* e *hotel*.

Si tratta ovviamente di alberghi ubicati su grandi vie di comunicazione stradale e frequentati specialmente da automobilisti. In Italia vengono equiparati agli Hotels di seconda categoria o 3 stelle mentre in America (U.S.A.) possono essere anche di prima categoria. Sono dotati, di ampio parcheggio (dovendo accogliere anche autotreni e pullmans) e spesso addossati a notevoli complessi denominati *stazione di servizio* per la fornitura degli autoriscambi e dei carburanti.

N

NO-SHOW

L'espressione idiomatica deriva dal verbo inglese *to show* (= apparire, mostrarsi, comparire, presentarsi). Si tratta pertanto di una NON-PRESENTAZIONE e nel caso specifico è la rinuncia al posto in aereo (già regolarmente prenotato) da parte di un potenziale viaggiatore.

I *no-shows* determinano un grave disagio al corretto utente del trasporto aereo e un danno notevole per lo stesso vettore. In base a statistiche effettuate dalla *Compagnia di bandiera italiana* (Alitalia) il fenomeno raggiunge in media del 34% sui voli interni (domestic flights). Anche nel settore alberghiero il problema dei *no-shows* o annullamenti è preoccupante tanto da certificare, talvolta, cambiamenti di destinazioni turistiche anche su scala internazionale, con grave danno degli stessi operatori. Le cause sono molteplici e costituisce un fenomeno negativo del mercato turistico.

O

OKAY - O.K.

Probabilmente il vocabolo si trova in tutti i vocabolari delle principali lingue del mondo col significato che tutti conoscono. Si tratta comunque di una sigla (O.K.) che nei primi decenni del secolo indicava il nome del comitato o club democratico americano *Old Kingderhook*. Nel settore turistico la sigla (O.K.) è diventata di uso comune (forse per il suo significato così concisamente espresso) nel comparto aereo per indicare la conferma del posto su qualunque vettore aereo. Altre sigle notissime in tale settore sono W.L. (= waiting list o lista d'attesa) oppure RQ che significa *posto richiesto* ma non ancora confermato.

Inoltre sarà utile ricordare il vocabolo OPEN (= aperto) scritto sul biglietto aereo acquistato da un passeggero che sa di doverlo utilizzare, ma non quando e come; per tal motivo vengono lasciati aperti i voli, le date, gli orari e per conseguenza anche la conferma del posto. Molte altre sigle tuttavia stanno nascendo con l'uso dell'informatica e della telematica.

OPEN-BAR

Il significato letterale è ovvio (= Bar o Locale *aperto*). Il linguaggio turistico del settore incoming o ricettivo attribuisce all'espressione idiomatica un'accezione piuttosto singolare: un tavolo speciale dove sono imbanditi pasticcini e bevande di vario genere (analcoliche e alcoliche) ad uso esclusivo di un gruppo di turisti appartenenti ad un medesimo *Tour*. La consumazione, ipoteticamente senza alcun limite, viene offerta gratis dall'organizzatore in occasione di viaggi speciali come gli *incentive-tours* o per uomini d'affari od anche in occasione di congressi. È consuetudine offrire l'*open-bar* nel primo giorno del viaggio. Sostanzialmente identico all'*open bar* è il *welcome-drink* (= bevanda di benvenuto).

OPERATING

Questo sostantivo deriva dal verbo inglese *to operate* (= operare, agire, produrre). Nel linguaggio turistico assume invece un ben altro significato unitamente all'espressione: *tassa di* (operating). Potremmo definirla in concreto una specie di *percentuale* o *commissione* che si aggiunge al costo dei servizi quando si effettua un *preventivo* per un programma di viaggio. In altri termini il costo che l'Agenzia di viaggi sostiene nel preparare (e quindi, nell'operare) un programma di viaggio, viene recuperato con questa *quota aggiuntiva* (dal 5 al 20 per cento) che verrà pagata dal turista-viaggiatore.

OPTIONAL

In alcuni programmi turistici, non raramente si trova l'aggettivo *opzionale* che è un autentico barbarismo, ignorando magari volutamente il vocabolo, *facoltativo*.

Alcuni tour-operators usano addirittura la parola *optional* (in lingua inglese dunque) nei propri programmi di viaggio redatti naturalmente in italiano. Si tratta in sostanza della descrizione di una visita di città oppure di una escursione il cui costo non è compreso nel prezzo totale del viaggio e per tal motivo viene evidenziato separatamente. Parimenti *facoltativi* possono essere altri servizi turistici: l'ingresso ad un museo, l'assistenza di un interprete, una serata teatrale e simili.

ORIGINE E DESTINAZIONE

Sarebbe certamente superfluo tentare anche una semplice spiegazione della normale accezione dei due vocaboli; non lo è invece per il settore aereo specie per il termine *destinazione*.

Il punto di *origine* del volo è sempre l'aeroporto di partenza; mentre la *destinazione* è il punto di arrivo solo nel caso in cui il volo è di *sola andata* (= one way). Invece, se il volo è *andata e ritorno* (= round trip), la *destinazione* è il punto di partenza, poiché per *destinazione* si intende il punto finale del viaggio. Ma ecco due esempi esplicativi: ROMA-LONDRA, dove Roma sta ad indicare l'origine del volo e Londra la destinazione, ROMA-LONDRA-ROMA: in questo secondo caso la città di Roma è origine e destinazione del volo, mentre LONDRA viene considerata come *Turn Around Point*, cioè *punto di inversione di rotta*.

OUTGOING (INCOMING)

Esiste una frase inglese che recita testualmente: THE OUTGOINGS EXCEED THE INCOMINGS, che tradotta in italiano vuol dire: LE USCITE SUPERANO LE ENTRATE. Il riferimento al comparto *economia-commercio* è evidente. Secondo il linguaggio turistico, assai comune nelle Agenzie di Viaggio italiane, il vocabolo *outgoing* viene usato per indicare il turismo italiano destinato all'estero; mentre *incoming* indica il turismo estero che arriva in Italia. Più usate, tuttavia, e pertanto più note, sono le due parole italiane OPERATIVO (= outgoing) e RICETTIVO (= incoming). Da notare che secondo la grammatica italiana, *operativo* e *ricettivo* sono due aggettivi, invece secondo il gergo turistico delle Agenzie di Viaggio, i due vocaboli sono sostantivi (!). Si tratta ovviamente di una metamorfosi o (se si preferisce) evoluzione linguistica ormai consolidata. Si sa, infatti, che il linguaggio tecnico sovente differisce totalmente da quello letterario.

OVER

Nel settore turistico questo avverbio è comunemente usato, ma acquista un particolare significato nelle parole composte: *over commission* e *overboost*. Conosciutissimo il primo termine dato che per *overcommission* si intende una commissione o provvigione superiore alla normale. Al secondo termine, meno frequente e usato quasi esclusivamente nel linguaggio colto, sostanzialmente viene attribuito un identico significato. È opportuno ricordare però che nel campo della meccanica *overboost* significa *sovralimentazione* e secondo il gergo americano vuol dire anche *lanciare un prodotto con pubblicità eccezionale*.

OVERBOOKING

Questa locuzione sta a significare l'eccessivo numero di prenotazioni effettuate dagli operatori turistici (albergatori, vettori, agenti di viaggio), rispetto alle proprie capacità ricettive (per gli albergatori), di capienza (per i vettori aerei), di differenza per eccesso tra il numero delle prenotazioni e la reale consistenza della clientela (per gli agenti di viaggio).

Il fenomeno dell'*overbooking* comunque è un problema complesso e di non facile soluzione a motivo dei molteplici e contrastanti interessi economici che si verificano tra gli operatori turistici. Infatti, mentre i vettori aerei e gli albergatori ricorrono all'*overbooking* per tutelarsi dagli annullamenti (che non raramente sono notevoli); gli agenti di viaggio usano l'*overbooking* perché talvolta sono costretti a rinunciare (con grave danno economico anche nel loro caso) a numerosi clienti per mancanza dei necessari servizi turistici (trasporto - sistemazione alberghiera ecc.).

È pur vero che tra gli albergatori e gli agenti di viaggio esiste una convenzione internazionale che regola le problematiche di tale fenomeno, ma con scarsa efficacia, perché detta convenzione come abbiamo accennato altrove è quasi sconosciuta e ancor meno messa in pratica. Va inoltre precisato che la convenzione non è giuridicamente vincolante.

OVERNIGHT

Contrariamente a quanto si possa pensare, il vocabolo inglese non è un sostantivo, ma è usato come *aggettivo* (ed in tal caso ha il significato di: per una notte) e come *avverbio* (col significato: durante la notte). Nel linguaggio statunitense è considerato invece come sostantivo e vuol dire *la notte precedente*.

Leggendo tuttavia i programmi di viaggio stampati in inglese dai Tour-Operators italiani (destinati chiaramente all'estero) è usuale la frase: *hotel accommodation, dinner and overnight*. È evidente dunque che il vocabolo *overnight* viene usato col significato di *pernottamento in albergo*.

OPZIONE

Richiesta non impegnativa di bloccare la camera/cabina/il posto che prevede il diritto ma non l'obbligo di comprare. Durante la alta stagione e per gli ultimi posti, l'operatore può dare le opzioni solo per qualche ora oppure non consentirle proprio.

P

PACKAGE TOUR

Secondo il glottologo Hazon la locuzione *Package Tour* è un inglese americanizzato nel cui linguaggio *radiofonico-televisivo* assume la specifica attribuzione di *programma o viaggio organizzato*. L'equivalente italiano è: *pacchetto turistico*. Entrambe le espressioni idiomatiche sono comunemente e indifferentemente usate nelle Agenzie di Viaggio italiane, sia verbalmente che graficamente. Il *pacchetto turistico* dunque è un prodotto finito e pronto per l'uso e trattandosi di un viaggio; tale prodotto dovrà comprendere: a) il mezzo di trasporto (aereo, nave, treno, auto ecc.); b) la sistemazione alberghiera e relativi pasti; c) il trasferimento da/per l'aeroporto, stazione ecc.; d) visita della città e o dei luoghi di destinazione turistica, con l'ausilio degli assistenti-interpreti e/o guide turistiche locali. Ovviamente in tali pacchetti possono essere evidenziati anche servizi turistici supplementari e periodi extra di soggiorno.

PARADOR

Esercizio alberghiero tipicamente spagnolo. Spesso si tratta di una vecchia costruzione (adattata ad albergo) come un castello, un ex-convento o antico palazzo patrizio: talvolta anche di una costruzione moderna.

Tutto l'arredamento e le decorazioni devono comunque adattarsi allo stile della costruzione. I *paradores* si trovano in città storiche o di notevole interesse artistico e culturale o in luoghi di particolare bellezza naturale.

PARTNER

Secondo la più ovvia etimologia, questo vocabolo deriva dal latino *pars* (nominativo), *partis* (genitivo), che significa: *parte-divisione*. Attualmente è un vocabolo molto usato anche nel linguaggio comune italiano col significato di *compagno o compagna* della propria vita, ma anche come socio; è chiaro che *partner* fa parte del vocabolario inglese a pieno titolo. Nel gergo turistico tuttavia l'uso del vocabolo *partner* col significato di socio, si attribuisce non solo all'individuo ma anche all'*azienda*. Pertanto due agenti di viaggio possono essere *partners* di una stessa società, come due aziende o società turistiche possono essere *partners* l'una dell'altra.

PAX

Questo strano vocabolo non costituisce una delle tante sigle di cui è costellato il mondo turistico, ma è un'abbreviazione della parola inglese PASSENGER (= passeggero). Consuete sono le frasi: *gruppo composto da 25 Pax*. Le contrazioni dei vocaboli sono sorte soprattutto in seguito allo sviluppo e al diffondersi dei mezzi di comunicazione telegrafica ed elettronica. Come è chiaramente espresso in altra parte del libro, laddove si parla delle abbreviazioni nel settore alberghiero, la contrazione di più parole in una sigla era dettata dalla necessità di risparmiare tempo e denaro per l'invio di comunicazioni e mezzo telegramma; mentre con l'avvento del Telex il risparmio avviene nella brevità dei messaggi, dato che il costo si calcola non in base al numero delle parole, ma secondo il tempo impiegato. Ecco allora che invece di Grazie si scriverà Grz, oppure (usando il vocabolo inglese) Tks in luogo di Thanks od anche BB invece di Bed and Breakfast (= camera e piccola colazione).

PEX

Sono le iniziali dell'espressione idiomatica *Purchase Excursion Fare* (= acquisto tariffa escursionistica). Consiste nel pagamento del biglietto aereo al momento dell'acquisto e con prenotazione del volo per una data fissa senza alcuna possibilità di cambiamento, salvo pagamento di penalità. Si tratta comunque di una tariffa speciale ridotta, con conseguenti altre restrizioni di cui le più importanti sono: a) durata massima di validità, un mese; b) non ammette *stopovers* (= soste); c) prenotazioni prestabilite per l'intero itinerario; d) escluse riduzioni per i tour-conductors ecc. Simili condizioni valgono per un'altra tariffa speciale denominata SUPERPEX. Va precisato comunque che entrambe le tariffe sono soggette a continui cambiamenti da parte delle Compagnie aeree, data la loro peculiare *incentivazione*

per determinare destinazioni.

PICKING-UP

Il glottologo Hazon attribuisce a tale locuzione ben otto differenti significati senza alcuna particolare attinenza col settore turistico; tuttavia spiegando il significato del verbo *to pick-up*, riferisce la seguente espressione: *she picked me up with the car* (= mi fece salire sulla sua automobile...). Tutti gli operatori turistici sanno che per la visita di città di grande interesse turistico (come ad esempio Roma, Firenze, Napoli, Milano, Genova ecc.) esiste una programmazione prestabilita che può attuarsi ogni giorno (tre ore al mattino e tre ore nel pomeriggio) per l'intero arco dell'anno, con pullman e guida turistica sia per gruppi che per turisti individuali. Solitamente la visita della città inizia davanti agli Uffici dell'Agenzia organizzatrice e ciò presuppone la raccolta dei turisti dai vari Hotels; ridistribuendoli poi in gruppi omogenei per lingua parlata e per itinerario prescelto. Nei programmi redatti in lingua inglese (contenuti anche nei Confidential Tariffs) si troverà scritto testualmente: *City Sightseeing: picking-up from Hotels, morning: 8.30-9 a.m.; afternoon: 2-2.30 p.m.* (Si controlli anche quanto è stato scritto alla voce CITY SIGHTSEEING).

PLAFOND VALUTARIO

Il vocabolo *plafond* deriva dal Francese, il cui significato letterale è *soffitto, volta* e per analogia: *tetto o limite massimo*. L'aggettivo *valutario* completa il vero significato della locuzione comunemente usata nel comparto turistico, ma anche commerciale e industriale. Si tratta in concreto di restrizioni alla libera circolazione del denaro. Il Governo italiano attuò tale norma a partire dal 1974, ma anche altri Governi (Inghilterra, Francia) vi hanno fatto ricorso. Il *plafond valutario* non viene applicato soltanto al comparto turistico e la sua applicazione è soggetta a continue variazioni.

POOL

Il significato letterale è: *specchio d'acqua, stagno, pozzanghera*. In senso commerciale è *un accordo tra imprese operanti nello stesso settore*. Viene denominato comunemente *pool*, dunque, l'accordo operativo tra due o più Agenzie di viaggi oppure tra due o più compagnie aeree allorché effettuano il servizio di linea sulla stessa tratta: es. Roma - Parigi, dove sono in *pool* l'Alitalia e l'Air France.

POW-WOW

L'etimologia attribuisce l'origine del vocabolo al linguaggio degli indiani nordamericani (pellirosse) con vari significati: stregone della tribù, riunione di pellirosse, sia per riti magici, ma anche per scambio di mercanzie. Secondo il comune significato del lessico statunitense la parola composta, *pow-wow*, (pron. pau uau) vuol dire: *conferenza, discussione*. Il linguaggio internazionale si è appropriato di quest'ultimo significato con più ampia accezione. Si tratta pertanto di una *fiera turistica* (della durata di alcuni giorni) tra operatori turistici americani e operatori turistici provenienti da altre parti del mondo. Una simile manifestazione in Italia è la BIT di Milano.

PRENOTAZIONE (ALBERGHIERA)

La locuzione non richiede una particolare spiegazione, pur ricordando che taluni operatori turistici usano il vocabolo *riservazione* che è un autentico gallicismo. Abbastanza nota è anche l'espressione inglese *Hotel reservation*. È opportuno tuttavia ricordare che esiste in merito un *codice telegrafico internazionale*, utilissimo ma poco conosciuto e ancor meno usato. Le parole più importanti di tale codice sono: ALBA (= un camera a un letto); ALDUA (= una camera a un letto grande o matrimoniale); ARAB (= una camera a due letti); ABEC (è una camera a tre letti); BELAB (= due camere singole); BONAD = due camere doppie). Per indicare il bagno si usa il codice BAT, cosicché si avrà: ALBABAT, ALDUABAT, ecc.

PREPAGATO

L'ovvio significato non implica una necessaria attinenza col linguaggio tecnico-turistico: ne ha invece la locuzione inglese *Prepaid Ticket Advise*, più conosciuta nella sua sigla: P.T.A. Si tratta di una comunicazione scritta (epistolare, telegrafica o via Telex) con cui una Compagnia

aerea informa un eventuale passeggero (abitante in un'altra città) che ha a disposizione un biglietto aereo *prepagato* da altri.

PRESIDENT

È pleonastico soffermarsi sull'accezione della parola, tuttavia il vocabolo assume una specifica distinzione quando è preceduto dall'aggettivo *executive*. In tal caso significa Presidente effettivo, avente ogni potere decisionale. Identico concetto ermeneutico vale per la locuzione *Executive Manager* (= Direttore esecutivo); mentre invece *Sales Manager* vuol dire: *direttore commerciale*. Nel comparto turistico le suddette espressioni idiomatiche sono assai frequenti, ma talvolta con viaria interpretazione.

PROGRAMMA

Secondo l'etimologia deriva dal greco, col significato di *avviso pubblico*. Attualmente il vocabolo ha una vasta accezione: *progetto, piano di lavoro, un insieme di istruzioni immense in un elaboratore elettronico, opuscolo* contenente le necessarie informazioni per compiere un viaggio. Al nostro scopo interessa quest'ultima definizione. Dal punto di vista turistico inoltre e per maggiore chiarezza, al sostantivo (programma) si aggiungono due aggettivi: *sintetico* e *dettagliato*. Quello sintetico è il programma elaborato contenente le informazioni sostanziali, ivi incluse la categoria e i prezzi dei servizi, mentre nel programma dettagliato del viaggio sono specificati anche i nomi degli Hotels e ristoranti riservati, i nomi dei Musei e gallerie d'arte, gli orari di partenza e di arrivo nelle varie località dell'itinerario, descritto con ampiezza di particolari da rendere il viaggio stesso quasi reale prima della sua effettuazione.

PULLMAN

Tutti conoscono il significato di questo vocabolo; infatti si tratta di un torpedone da gran turismo. L'inventore o l'ideatore di questo speciale mezzo di trasporto fu l'americano G.M. Pullman dal quale deriva il nome. Esistono per due altri vocaboli inglesi per indicare lo stesso automezzo di trasporto: *coach* e *motorcoach*; termini questi molto noti nell'ambito del trasporto-passeggeri su *gomma*. Anche nel settore ferroviario viene usato il vocabolo *pullman* e più esattamente la denominazione *carrozza-pullman*. Si tratta di una speciale carrozza adibita al trasporto passeggeri nei treni *rapidi* e di tipo lusso.

R

RAFTING

Grammaticalmente si tratta di un verbo sostantivato; ha origine dall'inglese *to raft* il cui significato letterale è: *trasportare con zattera usare una zattera come mezzo di trasporto; avversare un corso d'acqua su una zattera*. Alcuni operatori turistici sono ricorsi al *rafting* per organizzare manifestazioni turistico-sportive usando però un mezzo più moderno, cioè il *gomme* col quale si può discendere un corso fluviale seguendo la corrente, ma da non confondersi con lo sport della canoa. Il *rafting* infatti non è una manifestazione competitiva ma costituisce un *modo nuovo* per effettuare escursioni fluviali ed anche lacuali, (non sempre percorribili da normali barche al fine di effettuare brevi gite turistiche e con l'occasione ammirare le bellezze incomparabili di certe località silvestri, non raramente ricche di flora e di fauna meravigliose. Il *Rafting* inoltre può costituire, a buon diritto, una ricca variante o un *optional* dei *viaggi casual*.

RAIL INCLUSIVE TOUR (R.I.T.)

Questa espressione idiomatica inglese, che significa letteralmente *Viaggio Ferroviario Tutto Compreso*, è meno nota dall'*Inclusive Tour* aereo, ma tecnicamente simile e conosciuta soprattutto sia nell'ambiente ferroviario e sia nelle Agenzie di Viaggio che hanno in dotazione la biglietteria ferroviaria. La programmazione di questo *pacchetto turistico*, subordinata all'approvazione delle FS, richiede almeno la *relazione* tra due Stati (es. Italia-Francia oppure Italia-Svizzera ecc.). La programmazione del RAIL INCLUSIVE TOUR prevede una vasta casistica sia per viaggiatori individuali e sia per gruppi, a tariffe molto convenienti.

REF (CARTA)

Questa locuzione è recentissima ed è stata coniata dal comparto ferroviario per indicare una tessera (o Carta) speciale avente per scopo la facilitazione di viaggi ferroviari in traffico internazionale dei gruppi familiari di almeno tre persone. Detti viaggi sono consentiti sia su percorsi internazionali e sia su percorsi interni delle reti estere con particolari facilitazioni tariffarie che attualmente sono: a tariffa intera per la prima persona e al 50 per cento per le altre persone adulte, mentre per i ragazzi dai 4 ai 12 anni è consentita identica riduzione sulla tariffa per ragazzi. Le tre lettere R.E.F. sono le iniziali dei vocaboli inglesi: *Rail Europe Family*.

RELAX

Sostantivo invariabile che deriva dal verbo latino *relaxare*, trasferito poi nel linguaggio anglosassone e successivamente in quello italiano con l'identico significato. Alcuni tour-operators usano questo vocabolo nei loro programmi di viaggio scrivendo testualmente "*tempo libero per attività balneari o di relax*", per indicare appunto uno stato o situazione di riposo fisico e psichico.

RELAZIONE (FERROVIARIA)

Si definisce *relazione ferroviaria* il collegamento ferroviario tra due o più Stazioni situate però in Paesi differenti: es. Roma-Parigi (Italia-Francia) oppure Milano-Zurigo-Francoforte (Italia-Svizzera-Germania Federale). Pertanto con tale denominazione si suole intendere un servizio a carattere internazionale.

R.E.S.

La sigla costituisce le iniziali dei vocaboli RAIL EUROP SENIOR. Si tratta di un documento (Carta RES), che può essere acquistato presso le Stazioni Ferroviarie o le Agenzie di Viaggio abilitate, dietro esibizione della *Carta d'Argento*, valido soltanto per chi ha compiuto 60 anni se donna e 65 se uomo. La Carta RES è riconosciuta dai seguenti Paesi europei: Austria, Belgio, Danimarca, Finlandia, Francia, Gran Bretagna, Grecia, Irlanda, Jugoslavia, Lussemburgo, Norvegia, Olanda, Portogallo, Repubblica Federale Tedesca, Spagna, Svezia, Svizzera, Ungheria e naturalmente Italia.

Il possesso della Carta RES dà diritto ad una riduzione che va dal 30 al 50 per cento secondo i Paesi che la concedono. Inoltre si deve notare che l'utilizzazione dei biglietti rilasciati, è

soggetta alle limitazioni indicate sulla Carta stessa.

RESIDENCE

Parola inglese che significa residenza. Nelle Agenzie di viaggi e quindi nel linguaggio turistico, si usa soltanto *residence*, con specifico riferimento a *residenza-turistico-alberghiera*.

Secondo la Legge Quadro del 17 maggio 1983 n. 217, art. 6, si tratta di "esercizi ricettivi aperti al pubblico, a gestione unitaria, che forniscono alloggio e servizi accessori in unità abitative arredate costituite da uno o più locali, dotate di servizio autonomo di cucina".

La prenotazione avviene come per qualsiasi albergo, ma solitamente per periodi assai più lunghi.

La collaborazione tra Agenzia di Viaggio e Residences è molto sporadica anche perché non esiste un *annuario* dei Residences come per gli Alberghi.

RESORT

Vocabolo inglese dai molteplici significati. In gergo turistico vuol dire: luogo di soggiorno, *stazione climatica*.

Nei programmi di viaggio scritti in lingua inglese è più nota la locuzione *seaside resort*, il cui significato letterale è: *stazione balneare*.

RETAILER

Questo sostantivo deriva dal verbo inglese *to retail* che tradotto letteralmente vuol dire *raccontare dettagliatamente*. Tale traduzione è decisamente *illuminante* poiché spiega esattamente la specifica attività del *dettagliante*. In base alla *legge quadro* sul turismo infatti è il *grossista* (= *wholesaler*) che si occupa della organizzazione programmatica del viaggio, mentre il *dettagliante* (= *retailer*) è addetto alla vendita e per conseguenza si trova a diretto contatto col pubblico, cui dovrà fornire tutte le necessarie informazioni.

RICONFERMA

Nel lessico aero-turistico il vocabolo sta ad indicare l'obbligo con cui il passeggero, in determinate circostanze, dovrà avvisare la Compagnia aerea vettrice, del suo intento di far uso dello spazio precedentemente prenotato su un determinato volo come risulta già scritto sul proprio biglietto aereo. Generalmente tale obbligo non sussiste per i voli interni o nazionali (= *home o domestic flights*); è richiesto tuttavia per i voli internazionali e specialmente per quelli intercontinentali con un anticipo di 72 ore. La *riconvalida* invece riguarda il biglietto (e non il posto aereo) allorché questo è stato ufficialmente modificato dal vettore.

RIPROTEGGERE

Il normale significato è ovvio, ma assume una particolare accezione tecnica nel settore aereo nel senso di *riprenotare* o *prenotare nuovamente*. Ciò accade ad esempio quando un passeggero o un gruppo di passeggeri hanno perduto la primitiva prenotazione aerea. I motivi possono essere molteplici: i più frequenti sono a causa di *overbooking* o di annullamento di un volo. In tal caso la Compagnia aerea implicata, si adopera a *riproteggere* e quindi *riprenotare il posto* su un proprio aeromobile o presso un'altra Compagnia aerea che effettua lo stesso percorso richiesto dal passeggero.

ROOM

La traduzione letterale è: *spazio, luogo delimitato* e quindi, per analogia anche *camera*.

Nel settore turistico (alberghiero e agenziale) *room* sta a significare *camera d'albergo*, che può essere: *single* (= singola), *double* (= doppia), *twin* (= a due letti), *large-bed-room* (= matrimoniale). Va comunque rilevato che *double* è un vocabolo che potrebbe essere interpretato sia come *camera a due letti* e sia come *camera matrimoniale*.

ROULETTE

vedi > "Formula Roulette"

ROUTING (E REROUTING)

Si dice routing il *percorso* che effettua un aeromobile dall'aeroporto di origine del volo fino a quello di destinazione. Il routing può essere dunque costituito da una *tratta* (solo andata) oppure più *tratte* o addirittura da un percorso intorno al mondo.

Il *rerouting* invece è un nuovo instradamento o modifica di itinerario rispetto a quello precedente, scritto sul biglietto aereo. In senso lato il *rerouting* può essere considerato anche come modifica di tariffa, di validità del biglietto, di orario o di modifica totale e parziale del biglietto stesso.

S

SALES (PROMOTER)

Con tale denominazione viene identificata la persona *addetta alle vendite* (o alla promozione delle vendite) per conto o in rappresentanza di Compagnie aeree, marittime, Agenzie di viaggi (Tour-operators) Autotrasporto di gran turismo e simili.

Esiste ovviamente anche la figura del *sales-manager* (= direttore vendite). Meno note (nel comparto turistico) sono espressioni idiomatiche: *sell in* e *sell out* il cui significato è rispettivamente: *vendita dal grossista al dettagliante* e *vendita dal dettagliante al cliente finale*. È pur vero che nel vocabolario italiano esiste anche *produttore*, con l'identico significato della locuzione inglese, ma si sa che... spesso l'uso del vocabolo straniero tonifica il proprio linguaggio.

SEASON

Il significato letterale di tale vocabolo inglese è: *stagione*. Il termine è usatissimo nei tariffari alberghieri, che, destinati alla clientela estera, sono scritti in lingua inglese. Unitamente al sostantivo (*season*) si trovano anche gli aggettivi *low* (basso) e *high* (alto) per indicare che quel determinato albergo applica tariffe differenti secondo la bassa o l'alta stagione turistica talvolta ma raramente, alcuni tariffari alberghieri applicano la *peak-season-tariff* (= tariffa di altissima stagione) in particolari periodi come il Capodanno, la Pasqua, fiere o altri speciali avvenimenti. Va rilevato inoltre che quantunque la lingua francese sta scomparendo dall'uso turistico, tuttavia alcune espressioni, come *hors-saison* (= bassa stagione) e *haute saison* (= alta stagione) sono ancora abbastanza frequenti.

SELF-SERVICE

Tale espressione idiomatica inglese è di dominio pubblico anche in italiano specie nel settore della ristorazione. In alcuni ristoranti ad esempio è concesso *il servirsi da sé* limitatamente agli antipasti. Nel settore ferroviario alcuni convogli sono forniti di Carrozza-ristorante, mentre altri convogli sono dotati di cucina per la fornitura dei pasti ai passeggeri, ma con la possibilità del *self-service*.

SEVENTY FIVE

Questa locuzione è nota presso le Agenzie di viaggi concessionarie IATA per la vendita internazionale della biglietteria aerea.

Si tratta della riduzione del 75 per cento sul costo del biglietto aereo che le Compagnie aeree *concedono* agli Agenti di viaggi IATA, a determinate condizioni, le più importanti delle quali sono:

- a) ogni Compagnia aerea *può concedere* (pertanto si tratta di un concessione e non di un diritto da parte dell'Agente) due biglietti aerei all'anno con una riduzione del 75 per cento;
- b) detta riduzione viene applicata a favore dei titolari e/o partners dell'Agenzia di viaggi;
- c) la concessione può essere estesa anche ai dipendenti che esplicano il loro lavoro principalmente nel settore aereo;
- d) ai produttori o procacciatori d'affari riguardanti il trasporto aereo.

SHOPPING

Secondo la grammatica è il gerundio del verbo inglese *to shop* (= comprare). Tuttavia secondo il glottologo Hazon il vocabolo può essere considerato come *sostantivo* nel significato di *acquisto, compere* ecc.

Tutte le Agenzie di viaggio italiane usano tale vocabolo nei loro programmi di viaggio, scrivendo normalmente ad es. *tempo libero per eventuali shopping*, dimostrando così che il termine è di comune conoscenza e viene ormai considerato come uno dei tanti neologismi della lingua italiana.

SHOT (ONE SHOT)

Il vocabolo può essere considerato come sostantivo col significato di *conto, quota*; tanto che la frase inglese *to pay one's shot* vuol dire *pagare la propria parte*. Se è dunque un *termine commerciale*, può rientrare anche nel settore del turismo, tuttavia l'espressione ONE SHOT

incomincia ad essere usata nei Tariffari alberghieri (anche italiani) con lo specifico significato di prenotazione alberghiera di *un solo gruppo*. È evidente che tale precisazione sta ad indicare una sollecitazione incentivante, nel senso che le tariffe per una serie di gruppi saranno certamente inferiori. Questa deduzione ci porta però ad una etimologia se non strana, almeno curiosa dato che dobbiamo ricorrere alla forma verbale *to shoot* (pron. tu sciut) col significato letterale di sparare; pertanto ONE SHOT vuol dire indubbiamente un colpo, cioè una pallottola sparata e quindi un pallottoliere. Da tale concetto all'idea di serie (di gruppi) il passo è breve anche se funambolisco...

SHOWER

Il significato letterale è: *acquazzone, scroscio*; ma nel gergo turistico-alberghiero col vocabolo shower (= pron. sciaua) si intende la doccia come sinonimo di bagno, tanto che in alcuni tariffari alberghieri è usuale l'espressione: *camera con bagno o doccia*.

SHUTTLE

Vocabolo abbastanza usuale nel settore aereo e delle Agenzie di viaggio col significato di *trasporto-navetta*.

In concreto si tratta di un servizio di collegamento tra due località relativamente vicine: tale collegamento, oltre che aereo, può essere anche ferroviario, marittimo e automobilistico implicante però l'idea della ripetizione e frequenza del servizio.

Per quanto riguarda il comparto aereo, va precisato che non si chiede la prenotazione del posto, come per altri voli di linea, dato che il vettore garantisce tutte le richieste dei passeggeri.

SIGLE AEREE

Da molti anni le sigle imperversano in tutti i campi, talvolta purtroppo senza relativa spiegazione. Nel settore aereo comunque dette sigle sono indispensabili; basti pensare che nel mondo esistono oltre 5.000 aeroporti principali e tutti distinti con una propria denominazione, che può essere la città sede di scalo aereo oppure il nome dell'aeroporto e in alcuni casi, entrambi. Sarà utile ricordare comunque che la sigla degli scali aeroportuali è formata da tre lettere, mentre per indicare le Società aeree (almeno quelle più importanti, solitamente membri IATA) la sigla è formata da due lettere. Ma ecco alcuni esempi: a) *aeroporti* (Roma = ROM oppure FCO, cioè Fiumicino; New York = NYC oppure JFK, cioè Kennedy ecc.) b) *compagnie aeree* (Alitalia = AZ; Air France = AF).

SIGMA

A scanso di equivoci precisiamo che non si tratta della 18ª lettera dell'alfabeto greco, ma di un complesso sistema elettronico (computer) che allaccia diversi sistemi o attività turistiche tra loro. In altri termini con questa denominazione si vuol specificare il collegamento, tramite computers, di vari operatori turistici come Alitalia, Ferrovie dello Stato, Compagnie Marittime, catene alberghiere, Agenzie di viaggio ecc.

Va precisato inoltre che il collegamento al sistema SIGMA dà la possibilità non solo di accesso alle prenotazioni dei servizi ma anche alla emissione del documento definitivo del viaggio tramite la stampante. Altri grandi sistemi sono *GALILEO*, *AMADEUS*, tanto per restare nel campo europeo.

SIMPOSIO – SYMPOSIUM

Il vocabolo (italiano e inglese) deriva dal greco *symposium* (= bevuta fatta insieme). In senso commerciale si tratta di un convegno organizzato con la partecipazione di studiosi, ricercatori, imprenditori per discutere e studiare problemi ed argomenti di comune interesse. Il linguaggio turistico ha acquisito il vocabolo con quest'ultimo significato, ma ampliandone la valenza e i contenuti per la sua particolare specificità.

SINGLE-USE

Il senso letterale della locuzione inglese è *uso-singolo* ma non specifica di quale uso si tratta né la specie del *singolo*. Secondo il linguaggio turistico-alberghiero invece l'espressione vuol significare una camera matrimoniale o doppia che viene assegnata ad un solo cliente come

camera singola. Solitamente il costo è *inferiore* a quello di una matrimoniale che viene occupata da due persone, ma anche *superiore* al costo di una normale camera singola. Va notato che la locuzione inglese è abbastanza usata nel settore alberghiero e agenziale-ricettivo, ma una volta tanto è più frequente la locuzione *italiana doppia-uso-singola*.

SLOGAN

Secondo alcuni storici il vocabolo era un grido di guerra scozzese: *slaugh* (= grido) e *ghairm* (= guerra). Attualmente il significato ha assunto un sapore decisamente pacifico nel senso di breve frase esprimente, in modo sintetico ed efficace, un concetto usato nella propaganda e nella pubblicità con la fondamentale caratteristica di facilità mnemonica ed intuitiva.

SNACK

Il vocabolo, nel suo originale inglese, viene comunemente usato nel campo della ristorazione e spesso costituisce anche la denominazione di molti Bars (es. *Snack-Bar*).

Il significato letterale comunque è *spuntino, boccone* e per estensione anche *tavola calda*, e quindi pasto leggero da consumarsi in breve tempo.

SOMMELIER

Vocabolo francese molto noto nel settore della ristorazione. L'origine latina: *sagmarius* (= conduttore di bestie da soma). Attraverso i secoli il vocabolo ha assunto significati più nobili come *ufficiale addetto ai viveri* e in seguito *domestico incaricato della tavola*. Attualmente viene considerata una professione di un certo prestigio dato che il *sommelier* è un esperto con conoscenze enologiche assai elevate. La sua attività viene esplicata presso Ristoranti e hotels di lusso oppure in cantine di alto prestigio. Per diventare sommelier occorrono particolari attitudini e la frequenza pluriennale di corsi di specializzazione.

SPECIAL EVENT

Il lessico turistico si è appropriato di tale locuzione attribuendole un significato specifico, ad es. *manifestazione fieristica* oppure celebrazione di un avvenimento storico od anche *avvenimento sportivo internazionale* ecc.

Questi e simili sono turisticamente definiti *special events*, con una particolare rilevanza nell'ambito del trasporto aereo dato che la IATA concede l'applicazione di tariffe notevolmente ridotte per la partecipazione a tali *special events*, indipendentemente dai giorni della settimana in cui si verificano.

SPLIT

Il senso letterale è: *divisione, spaccatura* e pertanto il verbo *to split* vuol dire *dividere*. Il termine inglese è molto usato nel settore *agenziale* allorché ad esempio si trova un accordo per dividere una commissione o provvigione alberghiera tra due Agenzie di viaggio. Oppure, in occasione di un volo charter, più Tour-operators (fino ad un massimo di 6) si mettono d'accordo per dividersi una quota parte della capienza totale dell'aereo stesso. In senso lato dunque il vocabolo *split* è il contrario di *pool*.

SPONSORIZZAZIONE

È una tecnica di marketing con cui un'impresa, una società, un individuo (tutti identificabili come *sponsor*) affida ad una organizzazione la propria immagine, sotto forma di marchio, perché provveda alla massima diffusione possibile dietro congruo compenso. Le sponsorizzazioni più comunemente conosciute sono di vari tipi: culturali, sportive, artistiche. Tali *canali* permettono all'impresa di raggiungere un alto numero di contatti nonché associare il proprio marchio ai valori espressi o diffusi dall'organizzazione pubblicitaria, soprattutto se questa userà i grandi *mass-media* radio televisivi e giornalistici.

SPOT

Questo sostantivo è solitamente accompagnato dall'aggettivo PUBBLICITARIO, evidenziandone l'esatto significato nel senso di *spezzone televisivo* e breve filmato televisivo che reclamizza un prodotto, un'Azienda o località, che abbia attinenza o interesse turistico. Come molti altri, anche questo vocabolo inglese (il cui significato letterale è: *luogo, posto, macchia*) si può

considerare ormai un neologismo della lingua italiana.

STAFF

Letteralmente il vocabolo significa, *sostegno, bastone*, ma secondo il linguaggio commerciale (e quindi anche turistico) con la parola *staff* si intende indicare tutto il personale che lavora in una determinata azienda. Le grandi aziende possono avere anche tre tipi di staff: *di servizio, d'ufficio e direttivo*.

STAGE

Se tradotto letteralmente in lingua italiana, questo vocabolo inglese vuol dire *palcoscenico, scena di teatro* ecc. quindi nessuna attinenza con il linguaggio turistico. Nel vocabolario inglese però esiste un altro sostantivo (*stager*) che letteralmente vuol dire: *persona esperta, abile*. Tramite uno *stage* pertanto si diventa *esperti, preparati in una data attività professionale*. Per analogia dunque viene attribuito alla parola *stage* il significato di *corso di studio, di apprendistato, tirocinio di perfezionamento*.

STAND

Letteralmente questo vocabolo inglese vuol dire: *fermata, pausa, posizione, posto, chiosco, ponteggio*.

Come neologismo della lingua italiana, il significato è di *spazio destinato al pubblico per manifestazioni varie o luogo dove vengono esposti prodotti fieristici a scopo pubblicitario*, quindi anche pieghevoli o depliant di alberghi, di programmi di viaggio ecc. Gli *stands* vengono *acquistati* dagli espositori e sono di loro uso esclusivo per tutta la durata della manifestazione fieristica ma di libero accesso per i visitatori.

STAND-BY

Il significato letterale è: *assistere, essere spettatore, tenersi pronto*. Il lessico turistico ha acquisito quest'ultimo concetto, comunemente noto ed usato nel settore aereo. Si sa che per viaggiare in aereo occorre la preventiva prenotazione del posto; ma ciò non è richiesto in alcune *tratte* dove i voli sono così frequenti per cui è sufficiente presentarsi all'imbarco muniti del solo biglietto aereo, recante ovviamente l'*origine* e la *destinazione del volo*.

La frequenza dei voli richiama alla mente, per analogia, il servizio dei treni e per tal motivo è stato coniato anche il termine di *sky-train* che in gergo turistico vuol dire appunto *treno volante* o più propriamente *treno celeste*. Vedi anche "SHUTTLE".

STELLE

In base alla recente istituzione della Legge Quadro sul turismo, con la parola *stelle* si intende la classificazione alberghiera, anche se è tuttora più usato il vocabolo *categoria*. L'indicazione grafica e la riproduzione di un asterisco, come del resto avviene per molti Paesi dell'Europa occidentale ad es. la Francia, la Spagna ecc. Va precisato che il nome dell'albergo, se preceduto da una stella (o asterisco) vuol dire che è di *quarta* classe, se preceduto da due stelle è di *terza* classe se ha tre stelle, è di *seconda*, se ha quattro stelle è di *prima* e infine con 5 stelle è classificato di lusso. La stessa prassi vale per le Pensioni, i Villaggi turistici e i Residences.

STEWARD

Vocabolo inglese che letteralmente significa: *amministratore, dispensiere*. Nel comparto *aereo-turistico* viene comunemente identificato come *assistente di volo* con specifico riferimento al personale maschile, ma addetto al servizio dei passeggeri e non alla cabina di pilotaggio. Secondo il gergo marittimo lo *steward* è il classico cameriere di bordo sia per le navi di linea che per le navi da crociera.

STICKER

In senso letterale vuol dire *attacchino*, ma secondo il gergo statunitense vuol dire anche *etichetta gommata* ed è secondo quest'ultima accezione che il vocabolo *sticker* è noto presso le Agenzie di viaggi e le Compagnie aeree. Lo *sticker* viene usato allorché un passeggero desidera cambiare un *tagliando di volo*. Invece di emettere un nuovo biglietto aereo si applica

uno *sticker* (debitamente compilato coi nuovi dati) sul tagliando di volo, già precedentemente e diversamente compilato.

STOPOVER

Vocabolo assai comune nel settore aereo-turistico per indicare *la sosta volontaria in un punto intermedio del viaggio o itinerario aereo compiuto dal viaggiatore*. Conosciute sono anche le locuzioni *stopover permitted* oppure *stopover not permitted*. Tali *annotazioni* riportate sul biglietto aereo sono talvolta così importanti che possono determinare l'obbligatorietà di un itinerario o il cambiamento di una tariffa aerea.

STRETCH

Secondo il significato letterale il vocabolo equivale a *estensione di spazio*. Tale concetto è stato catturato dal linguaggio turistico aereo col significato di *tratta percorsa da un aereo*. Occorre notare tuttavia che l'origine e la *destinazione* di un volo può essere considerata *percorso unico* se non si effettuano soste intermedie (*no stop*), altrimenti ogni singola fermata viene considerata una *tratta o stretch*.

SUITE

Deriva dal verbo francese *suivre* (= seguire). Il significato in lingua italiana, varia secondo il campo di attività: *musicale* ed allora si intende una composizione strumentale; *turistica* ed in questo caso si tratta di un appartamento situato in un grande albergo, solitamente a 5 stelle, e con tariffe molto elevate. In alcuni tariffari alberghieri oltre alla voce *Suite*, viene evidenziata anche la locuzione *Suite junior*. Si tratta sempre di un appartamento alberghiero di lusso ma solitamente di porzioni ridotte, rispetto alla normale suite.

SURFACE

Il vocabolo, la cui traduzione letterale è *superficie (terrestre)*, è di uso comune nel settore del trasporto aereo: quindi in tutte le compagnie aeree e le Agenzie di viaggio concessionarie di biglietteria aerea. *Surface* si scrive pertanto in una *tratta* (o distanza tra due città sedi aeroportuali) *non volata*. Se un turista ad es. desidera effettuare il seguente *itinerario aereo*: Roma-Vienna-Budapest-Vienna-Roma, chiedendo l'applicazione della tariffa I.T. ma desiderando effettuare il tratto Vienna-Budapest in aliscafo lungo il Danubio; ciò è possibile. In tal caso il biglietto aereo recherà scritto il numero del volo, l'ora di partenza, la sigla della compagnia aerea, lo *status* ecc. in tutte le tratte, eccetto Vienna-Budapest dove verrà scritto *surface*. Si avrà pertanto un *flight coupon* (= tagliando di volo) non utilizzato, ma che non *interrompe* il computo tariffario dell'intero percorso aereo.

T

TABLE (D'HOTEL)

Locuzione francese comunissima nel linguaggio alberghiero (o della ristorazione) italiano per indicare un tipo di *menù* fisso, generalmente servito a gruppi di turisti, talvolta precedentemente concordato tra il Tour-operator richiedente e l'albergatore. Contrariamente a quanto si possa pensare il *menù table-d'hôte*, può essere anche più ricco e vario del *menù à la carte*, che viene servito ai clienti individuali.

TARGET

Il significato letterale di questo vocabolo inglese è: *bersaglio*. Secondo il linguaggio del *marketing* (turistico e non), il significato più comune è: *obiettivo da raggiungere* (o raggiunto) *per quanto attiene l'attività industriale o commerciale di una determinata azienda con particolare riferimento alla vendita del prodotto*.

TERMINAL

Quantunque l'ovvio significato sia: *terminale, parte estrema*, in senso turistico può assumere vari significati soprattutto nei suoi composti *bus-terminal, train terminal, air-terminal*. Per *bus-terminal* si intende il *capolinea* di un autobus che effettua il servizio pubblico. Analogo significato viene attribuito alla locuzione *train-terminal* il cui vocabolo esatto è però *stazione*. Alquanto differente è invece il significato di *air-terminal* che nella sua traduzione italiana di *aerostazione* oppure di *terminale aereo* ha poca attinenza con l'aeroporto. L'*air-terminal* infatti solitamente si trova al centro di una città sede aeroportuale. Tale *centro*, generalmente considerato punto di incontro per i passeggeri sia in arrivo che in partenza, è collegato con l'aeroporto con un servizio di trasporto su *gomma* (pullman) o su *rotaia* (treno).

TERZIARIO

Al vocabolo possono attribuirsi diversi sensi interpretativi: *geologico* (cioè l'era cenozoica), *chimico* (es. un atomo di carbonio terziario unito ad altri composti); ma l'accezione più ovvia riguarda il settore e l'attività che produce e fornisce servizi di cui il turismo è una delle componenti fondamentali. Si tratta dunque di *servizi economici*, cioè produzione di beni materiali o di nuove attività (elettronica, telematica di cui possono beneficiare altri beni o gli stessi uomini).

THROUGH FARE

Il significato letterale è: *tariffa diretta*, il che non ha alcun senso. Secondo il lessico tecnico l'espressione idiomatica *through fare* vuol dire invece *tariffa complessiva*, cioè la tariffa totale di un viaggio in aereo dal punto di origine al punto di destinazione, indipendentemente dal fatto se la *rotta* è diretta (la distanza più breve tra due punti) o qualsiasi altra specie di *rotta aerea*, come la *round-trip* (= andata e ritorno), *circular trip* (= viaggio circolare) oppure *around the world* (= intorno al mondo).

TICKET – TICKETING

Sono vocaboli che fanno parte del linguaggio turistico comune nel comparto aereo (Compagnie aeree e Agenzie di viaggi concessionarie per la vendita della biglietteria aerea). Il *ticket* è il biglietto (aereo) già emesso, mentre per *ticketing* si intende l'atto o l'operazione di emissione del biglietto.

TICKETING TIME LIMIT

Espressione idiomatica in uso nel comparto aereo col significato di *tempo limite per l'acquisto di un biglietto e non di emissione* (anche se questa è implicita) e sta ad indicare l'anticipo minimo con il quale il passeggero deve essere in possesso del suo biglietto relativo alle prenotazioni che furono da lui concordate con la Compagnia aerea e da questa confermate. Il passeggero soddisfa quest'obbligo con l'acquisto di un biglietto indicante lo spazio a lui riservato, oppure attraverso la riconvalida o riemissione del suo biglietto precedentemente emesso, in modo tale da riflettere lo spazio a lui riservato. (Cfr. *Travel Agent's Handbook* 1^a

Ediz. Ital. Fiavet 1984 pag. 162).

TIME-TABLE

Il significato letterale è *tavola del tempo*; quindi *orario*. Generalmente tutti gli orari internazionali hanno questo titolo e vengono pubblicati annualmente o stagionalmente od anche ogni volta che se ne prospetta la necessità.

La pubblicazione viene effettuata da singole Compagnie di trasporto (soprattutto vettori aerei), ma anche da gruppi appartenenti allo stesso comparto. Basti ricordare il grosso volume denominato A B C, che riproduce gli orari e le destinazioni di quasi tutte le Compagnie aeree del mondo, nonché utili informazioni per altri servizi che hanno una qualche connessione con il trasporto aereo.

Analogo significato viene attribuito al noto ed usatissimo vocabolo SCHEDULE, soprattutto nel linguaggio statunitense.

TOGA-PARTY

Il senso letterale è *assemblea togata*, cioè l'insieme di persone indossanti la toga romana. In realtà, secondo il gergo turistico, il toga-party consiste in una riunione conviviale per partecipare alla quale è obbligatorio indossare l'antica toga romana. Analogo al toga-party è il farewell-dinner o cena di commiato.

Entrambe le manifestazioni vengono solitamente organizzate al termine di un lungo viaggio compiuto da un gruppo precostituito ed omogeneo di turisti. Il *toga-party* è più noto presso i turisti statunitensi.

TOUR

Questo vocabolo è diventato ormai familiare per tutti i turisti del mondo ed è entrato a pieno diritto in tutti i vocabolari con identico significato; anche se viene usato in *tutte le salse*: come prefisso, come parola composta o come sostantivo a sé stante.

Dal punto di vista etimologico (e non poteva essere diversamente) i francesi se ne attribuiscono la paternità, ma anche gli inglesi accampano lo stesso diritto. Alcuni glottologi invece risalgono al latino "*tornus*" (tornio); quantunque la traduzione latina di *viaggio* è *iter* e *viaggiare* si dice *iter facere*. D'altra parte va ricordato che il vocabolo *viaggiatore* viene tradotto con *viator*, parola non rara negli scritti di Giulio Cesare che di viaggi se ne intendeva!

TOUR OPERATOR

Locuzione assai nota in ogni comparto turistico: Alberghiero – Agenzie di Viaggi – Compagnie o Società di trasporto aereo, ferroviario, marittimo, automobilistico.

Il significato più ovvio è: OPERATORE TURISTICO, ma con differenti appropriazioni, secondo punti di vista. Nel campo alberghiero, sarà l'Albergatore il *vero Operatore Turistico* (ed anche secondo il linguaggio *televisivo* o *giornalistico* in genere). Va comunque ricordato che nell'ambito delle stesse Agenzie di Viaggi esiste una notevole disparità di opinioni. Secondo alcuni il Tour-Operator è solamente il "*Grossista*" o Programmatore-Organizzatore di viaggi; mentre il "*Dettagliante*" (o *venditore al pubblico* degli stessi "*programmi*" prodotti dal Grossista) non sarebbe un Operatore Turistico.

Secondo altri è TOUR-OPERATOR soltanto *il grossista che organizza viaggi per l'estero*; mentre non può definirsi tale chi si occupa soltanto di Ricettivo (o incoming), cioè colui che organizza viaggi in Italia per stranieri: ma questa, evidentemente, è una incomprensibile interpretazione, dato che non raramente il *ricettivista* "opera" un volume di lavoro turistico molto superiore a quello prodotto dai cosiddetti programmatori di viaggi per l'estero.