



Masterproef aangeboden tot
het verkrijgen van het
diploma Master of Arts in het
vertalen

**Gedeeltelijke vertaling van *Guide des
randonnées et voyages à pied* met
verantwoording en een studie i.v.m.
vertaalmoeilijkheden en -fenomenen**

Door: Marlies Hendrickx
Promotor: Prof. dr. Winibert Segers

ACADEMIEJAAR 2016-2017

- **Code of conduct voor geloofwaardig auteurschap**

- **Correct verwijzen naar bronnen houdt in:**
- dat ik als auteur transparant ben over mijn bronnen, zodat de lezer op elk moment correct kan inschatten welke de bron is van wat beweerd wordt;
- dat ik als auteur geen relevante informatie waarover ik beschik en die een ander licht zou kunnen werpen op de geboden interpretatie of ontwikkelde redenering bewust weglaat;
- dat ik als auteur duidelijk aangeef welke relevante interpretaties ik niet in rekening heb gebracht en waarom dat is gebeurd;
- dat ik als auteur waarheidsgetrouw weergeef wat ik heb geobserveerd;
- dat ik als auteur op de hoogte blijf van evoluties in manieren van verwijzen en het weergeven van referenties en een bibliografie.

Ik bevestig dat ik deze code of conduct heb nageleefd bij het schrijven van deze masterproef.

Naam: Marlies Hendrickx

Datum:

Handtekening:

Voorwoord

Na een volledig academiejaar hard werken, presenteer ik u met trots mijn masterproef. Daarin combineerde ik met veel plezier twee van mijn grootste passies: vertalen en bergwandelen. Gedurende het hele proces heeft mijn promotor, Prof. dr. Winibert Segers, me met raad en daad bijgestaan en daarvoor wil hem graag bedanken. Zonder zijn naleeswerk, advies en antwoorden op mijn zorgen zou het namelijk een stuk moeilijker zijn geweest om dit eindwerk tot een goed einde te brengen. Daarnaast wil ik nog alle anderen bedanken die op een of andere manier een steentje hebben bijgedragen.

Ik wens u veel leesplezier.

Abstract

Ce mémoire de master se compose de deux grandes parties. La première partie contient la traduction d'une cinquantaine de pages du *Guide des randonnées et voyages à pied*, plus précisément l'édito et le premier chapitre *Carnet du randonneur*. Dans ce chapitre, il s'agit de destinations possibles, de types de randonnées et voyages à pied et de leur préparation. La traduction s'est faite à l'aide d'ouvrages de référence néerlandais (grammaire, langage standard etc.), de textes parallèles et de l'expérience acquise dans la formation de traduction. Les décisions de traduction les plus importantes s'expliquent dans des notes en bas de page. A la fin de la première partie, il se trouve une liste de difficultés rencontrées dans la traduction. Les plus grandes difficultés étaient dues aux différences entre les deux langues, par exemple les phrases longues, les personnifications, l'emploi de l'adjectif possessif et les constructions typiques du français. On ne peut pas les reprendre exactement de la même manière en néerlandais, parce que le public néerlandophone aura beaucoup de peine à comprendre la traduction. Les causes exactes de ce phénomène ne sont pas tout à fait claires faute de littérature sur ce thème.

Dans la deuxième partie, nous avons mené une étude sur des difficultés et des phénomènes de la traduction touristique. L'étude consiste en des résumés et des réflexions de vingt ouvrages scientifiques, comme des articles scientifiques, des chapitres de manuels et des mémoires de master du monde entier. Contrairement à l'estimation de bien des gens, il s'est avéré qu'il n'existent pas vraiment beaucoup d'ouvrages sur la traduction touristique et le langage touristique, et que ces ouvrages traitent presque toujours approximativement les mêmes points. Tels points sont par exemple les caractéristiques du tourisme et le besoin de traducteurs professionnels, mais surtout dans des brochures et ne pas dans des guides touristiques. Des ouvrages sur les caractéristiques spécifiques du langage touristique néerlandais étaient introuvables.

Inhoud

Voorwoord	I
Abstract	III
Inleiding	VII
Vertaling	1
<i>Eigenlijke vertaling</i>	1
WOORD VOORAF.....	1
HANDBOEK VOOR TREKKERS:.....	2
De voorbereiding.....	2
Een bestemming kiezen	2
Verschillende omgevingen	3
Wandelen met kinderen	8
Wandelen met dieren	11
Uw verblijf plannen	16
Zelf organiseren.....	19
Geld, verzekeringen en formaliteiten	43
Paspoorten en visa	43
Geld	44
Verzekeringen.....	44
<i>Vertaalmoelijkheden met voorbeelden</i>	45
<i>Bibliografie</i>	50
Studie	54
1. <i>Caractéristiques du langage touristique : analyse des traductions néerlandaises de brochures rédigées en français (Beeckman, 2014)</i>	54
Samenvatting.....	54
Verband met mijn meesterproef.....	56
2. <i>Interculturele transfer in de vertaling van reisgidsen. Een analyse van de vertaling (Frans-Nederlands) van reisgidsen over de Provence. (Deppe, 2015)</i>	57
Samenvatting	57
Verband met mijn meesterproef.....	59
3. <i>Onvertaalbaarheid: tussen theorie en praktijk van het vertalen. (Bloemen, 1994)</i>	60
Samenvatting	60
Verband met mijn meesterproef.....	61
4. <i>Traduire le discours touristique. Langue et style du guide Lonely Planet du Québec. (Faccin, 2016)</i>	63
Samenvatting	63
Verband met mijn meesterproef.....	65
5. <i>Comment traduire le nom propre du français en norvégien ? Le cas de la traduction du guide touristique « Bonjour la Réunion ». (Flaatrud, 2012)</i>	66
Samenvatting.....	66
Verband met mijn masterproef.....	68
6. <i>Traduction du discours touristique. Un cas d'étude : le guide Relais & Châteaux (Peja, 2016)</i>	70
Samenvatting	70
Verband met mijn meesterproef.....	73
7. <i>Stijlvol vertalen / Traduire avec style (Surewaard, 2014)</i>	75
Samenvatting	75
Verband met mijn masterproef.....	77

8. <i>Caractéristiques textuelles du discours touristique : une étude comparative des substantifs valorisants dans des brochures touristiques wallonnes et flamandes (Carron, 2015)</i>	78
Samenvatting	78
Verband met mijn masterproef.....	80
9. <i>Analysing common mistakes in translation of tourist texts (Spanish, English & German) (Durán Muñoz, 2012)</i>	81
Samenvatting	81
Verband met mijn masterproef.....	83
10. <i>Onderzoek naar de bruikbaarheid van de functionalistische vertaaltheorie voor het vertalen van toeristische teksten (De Bauw, 2014)</i>	85
Samenvatting	85
Verband met mijn masterproef.....	87
11. <i>De website van de stad München: Vertaling en vertaalverantwoording van een toeristische tekst aan de hand van een functionalistische benadering (Vael, 2009)</i>	89
Samenvatting	89
Verband met mijn masterproef.....	91
12. <i>Caractéristiques d'une bonne traduction dans le domaine touristique : l'exemple des sites Internet (Leveau, 2016)</i>	92
Samenvatting	92
Verband met mijn masterproef.....	94
13. <i>L'écotourisme comme domaine d'application de la traduction (Taleb & Bendiab, 2015)</i>	95
Samenvatting	95
Verband met mijn masterproef.....	96
14. <i>The translation of texts from the tourist sector : textual conventions, cultural distance and other constraints (Kelly, 1998)</i>	97
Samenvatting	97
Verband met mijn masterproef.....	99
15. <i>Tourist communication: a specialized discourse with difficulties in translation (Merkaj, 2013)</i>	101
Samenvatting	101
Verband met mijn masterproef.....	102
16. <i>Lost and Found in Translating Tourist Texts: Domesticating, Foreignising or Neutralising Approach (Sanning, 2010)</i>	104
Samenvatting	104
Verband met mijn masterproef.....	106
17. <i>The language of tourism: translating terms in tourist texts (Skibitska, 2015)</i>	108
Samenvatting	108
Verband met mijn masterproef.....	110
18. <i>Textual practices and audience design: an interactive view of the tourist brochure (Mason, 2004)</i>	112
Samenvatting	112
Verband met mijn masterproef.....	113
19. <i>Tourism communication: the translator's responsibility in the translation of cultural difference (Agorni, 2012)</i>	115
Samenvatting	115
Verband met mijn masterproef.....	116
20. <i>La compétence textuelle du français dans le tourisme (Bordeianu, 2015)</i>	117
Samenvatting	117
Verband met mijn masterproef.....	119
<i>Bibliografie</i>	120
Bijlagen	122

Inleiding

Reisgidsen bestaan in verschillende soorten en thema's, maar in de meeste gevallen behandelen ze een stad of land. Als fervent bergwandelaar viel het aanbod Nederlandstalige (berg)wandelgidsen me tegen. Daarom leek het me een interessant en realistisch idee om voor mijn masterproef zelf zo een gids te vertalen. Bovendien had ik ook het geluk dat mijn twee vreemde talen, Frans en Duits, de talen van de Europese berglanden bij uitstek zijn (Frankrijk, Zwitserland enz.). De keuze viel na een intensieve zoektocht op een Franstalige gids van Petit Futé: *Le guide des randonnées et voyages à pied*. Die bevat heel wat interessante informatie en behandelt zowel de voorbereiding van een tocht als verschillende mogelijke bestemmingen.

Deze masterproef bestaat uit twee grote delen: een eigen vertaling en een studie over vertaalmoeilijkheden en -fenomenen.

Voor het eerste grote deel vertaalde ik een vijftigtal pagina's uit *Le guide des randonnées et voyages à pied*, meer bepaald het voorwoord en het eerste hoofdstuk getiteld *Carnet du randonneur*. De brontekst vindt u als bijlage. In de gids wordt potentiële wandelaars onder andere uitgelegd welke soorten wandelreizen bestaan, hoe ze zich op een trektocht moeten voorbereiden en tot welke organisaties ze zich kunnen wenden. Ik vertaalde de Franse tekst naar het Nederlands met behulp van parallelteksten, naslagwerken zoals taaladviesites en natuurlijk de kennis en vaardigheden uit de opleiding. Specifieke richtlijnen voor het schrijven van Nederlandstalige toeristische teksten ontbraken daarentegen. In de vertaling is enkel rekening gehouden met het taalaspect en niet echt met de lay-out, behalve bij de ordening van de titels. Toch zijn de kadertjes die de brontekst onderbraken voor de duidelijkheid naar achteren verplaatst zodat ze telkens na een afgerond tekstdeel komen. Na de vertaling volgen nog een lijst met gecategoriseerde voorbeelden van vertaalmoeilijkheden en een bibliografie.

Deel twee bevat een studie van twintig wetenschappelijke werken die elk op hun eigen manier verband houden met mijn vertaling. Dat het precies twintig werken moesten zijn, werd door mijn promotor beslist. De wetenschappelijke werken komen uit wetenschappelijke tijdschriften, uit handboeken of zijn masterproeven van studenten over de hele wereld. De meeste gaan over de kenmerken en de vertaling van toeristisch taalgebruik, de functionalistische vertaaltheorie, (de moeilijkheden van) toeristische vertalingen en problemen of moeilijkheden bij het vertalen van Frans naar andere talen.

Toch bleek het onmogelijk om over elk onderwerp uit de lijst met vertaalmoeilijkheden (bijvoorbeeld stroeve vertaling) werken te vinden. Er bestaat met andere woorden minder relevante literatuur over dan gedacht. Van elk werk vindt u een samenvatting en een reflectie waarin het verband met deze masterproef duidelijk wordt. Daarna volgt een tweede bibliografie met alle bibliografische gegevens van de gebruikte wetenschappelijke werken.

Vertaling

Eigenlijke vertaling

WOORD VOORAF¹

Zet de eerste stap! Trektochten leggen de rijkdommen van de wereld aan je voeten², of ze nu sportief of minder sportief, over landelijke wandelpaden of naar het dak van de wereld, lang of minder lang, ver of minder ver, spiritueel of minder spiritueel, cultureel of minder cultureel zijn. De ene voet voor de andere... en opnieuw beginnen! Die gelukzaligheid, passie, filosofie en ontspanning hebben een geweldige, heilzame werking. Wandelen is een waardevolle adempauze, een ontsnapping uit het moderne stadsleven, een terugkeer naar het essentiële en de gelegenheid om natuurlijke landschappen te ontdekken, meestal in de bergen, maar niet altijd. Het is ook de gelegenheid om ecosystemen en andere landen zo goed mogelijk in u op te nemen: platteland, kust, woestijn, jungle, savanne en stad. Het is absoluut een stap richting ecotoerisme.

Deze gids over uw favoriete vrijetijdsbesteding bevat een praktisch handboek om u voor te bereiden, uit te rusten en te informeren. Bovendien hebben we voor u, wandelfanaat en liefhebber van actief toerisme, enkele routes geselecteerd en in detail uitgewerkt. Die routes in heel Frankrijk en andere landen zijn op verschillende vlakken de moeite waard: biodiversiteit, landschap, cultuur, erfgoed, contact met de bevolking enz. Daarnaast hebben ook een aantal professionals, gespecialiseerd in de betreffende bestemmingen, een selectie gemaakt.

Verdiep u tot slot nog in de aparte hoofdstukken over pelgrimstochten, botanische wandelingen³ en wildplukken.

Veel wandelplezier!

¹ Volgens de taaladvieswebsite (Nederlandse Taalunie, 2000-2015) wordt het woord editoriaal gebruikt in de context van kranten en tijdschriften. Naar analogie met een soortgelijk boek van Sanders en Van Speybroek (2013), zou het hier “woord vooraf” moeten worden.

² Een uitdrukking i.v.m. voeten vinden was de beste vertaaloplossing. “De wereld aan je voeten leggen”. De collocatie kwam voor in verschillende teksten, onder andere bij Covey (1999, p.9).

³ Het begrip “botanische wandelingen” komt regelmatig voor, bijvoorbeeld op de website van Zwitserland Toerisme (2016).

HANDBOEK VOOR TREKKERS:

De voorbereiding

Een bestemming kiezen

Welke bestemming u voor uw trektocht kiest, bepaalt alles. Op basis van het seizoen, de hitte en de hoeveelheid schaduw kunt u sommige oorden beter niet opzoeken in volle zomer. Zonder truien en dikke slaapzak heeft uw zomerrugzak misschien wel het voordeel minder zwaar te zijn, maar de hitte kan het wandelen moeilijk en zelfs ronduit onaangenaam maken. Bovendien is het in de toeristische regio's tijdens de zomermaanden vaak erg druk op de wandelpaden. Die overbevolking maakt het moeilijk om van de natuur te genieten! In de winter geldt het omgekeerde: uw rugzak is veel zwaarder, het is koud en u komt zelden iemand tegen. Het is een kwestie van smaak... Bij gematigde temperaturen wandelen in mei-juni of september-oktober is ideaal. Om een zicht te krijgen op de verschillende mogelijkheden en de beste keuze naar uw zin, interesses en capaciteiten te maken, is het handig om al iets in gedachten te hebben. Als u weet rond welk thema en in welk land u uw reis wilt samenstellen en u de verschillende soorten omgevingen kent, kunt u zo hun voor- en nadelen afwegen.

Cultuurreizen zijn vooral gericht op erfgoed, historische sites, musea en de cultuur van het land. Ze zijn over het algemeen makkelijk⁴ en de wandelingen in volle natuur zijn niet zo heel lang.

Ontdekkingsreizen verenigen cultuur en natuur. Er wordt van de toeristische paden afgeweken om de lokale bevolking te ontmoeten en enkele momenten met hen te delen. Er wordt al meer gewandeld, want de meeste etappes⁵ gebeuren te voet.

Avonturenreizen zijn natuurlijk sportiever, maar ook authentieker omdat u op ontdekking gaat op plaatsen die minder toegankelijk zijn voor toeristen. De etappes zijn langer en moeilijker. Hoe dan ook, u hebt zeker een voorbereidende training en een hele goede conditie nodig. De moeilijkheidsgraad van het wandelen maakt een belangrijk deel van de reis uit.

⁴ Zowel makkelijk als gemakkelijk zijn hier mogelijk volgens de taaladviezen van de Nederlandse Taalunie (2000-2015).

⁵ Het woord etappes wordt vaak gebruikt in een meerdaagse wandelcontext, bijvoorbeeld in het werk van Strijdhorst (2012).

De etappes verlopen rustig, zonder grote moeilijkheden over goed gemarkeerde paden en duren twee⁶ tot vier uur. U wandelt altijd vlakbij een dorp, een plekje om te ontdekken of een weg, echt ideaal als wandelinitiatie.

Familiewandelingen moeten aangepast zijn aan de leeftijd van de kinderen (we raden ze af voor de leeftijd van zes à zeven jaar). Toch kunt u soms nog eens van de veelgebruikte paden af te wijken. Meestal zorgt de organisatie ervoor dat uitgeputte kinderen onderweg door een voertuig kunnen worden opgehaald.

“Dynamische trektochten” bestaan uit etappes van vier tot zes uur met hoogteverschillen zonder supermoeilijke technische passages. Ze vereisen desalniettemin een goede conditie.

De grootste sportievelingen kiezen voor de zwaarste trektochten (allemaal etappes van zeven à acht uur) met grote hoogteverschillen en enkele soms gevaarlijke passages⁷.

[Verschillende omgevingen](#)

Het platteland

Het platteland blijft zonder twijfel het toegankelijkste terrein om te ontdekken, ook qua moeilijkheidsgraad van de tochten, prijs van de uitrusting en goede bereikbaarheid. Het is een goed terrein voor een eerste wandelvakantie en conditietest. In Frankrijk kunt u wandelen op de GR®-paden (grote routepad), maar ook op paden die door verenigingen, gemeentes of departementen van markeringen voorzien zijn in het kader van het PDIPR (le Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et des Randonnées, “het Departementaal Plan voor Routes voor Wandelingen en Tochten”). Het is mogelijk om korte afstanden in lusvorm af te leggen. De routes leiden u vaak langs mooie uitzichtpunten of plaatsen die met de auto niet bereikbaar zijn – oude molens of wasplaatsen, traditionele huizen, een afgelegen kerkje op een heuvel aan het einde van een mooie kruisweg enz. Door een trektocht op het platteland gaat u ook anders naar de natuur kijken en ontdekken de kinderen de fauna en flora van hun eigen land.

⁶ Tijdsduur en leeftijden worden in deze vertaling niet uitgedrukt in cijfers, maar in letters. Het is namelijk gebruikelijk om cijfers tot twintig voluit te schrijven volgens Onze Taal (2016, 21 juni).

⁷ “Passages met moeilijke toegang” of “moeilijk toegankelijke passages”, zoals “passages d’accès délicat” letterlijk vertaald wordt, zijn geen vlotte vertaling. Het begrip “gevaarlijke passages” betekent in feite hetzelfde en is terug te vinden in verschillende bronnen, bijvoorbeeld bij Lautier (z.j.).

Iedereen op zijn eigen niveau

- **Makkelijk:** Doenbaar voor iedereen in goede gezondheid. De tochten van dit niveau zijn technisch niet moeilijk en vereisen geen buitengewone inspanningen.
- **Gemiddeld:** Vijf à zes uur wandelen per dag. Door op voorhand uw conditie te trainen, zult u meer van de tocht genieten.
- **Moeilijk:** Grote hoogteverschillen, technische veeleisend⁸ of lange afstanden. Enkel voor sportievelingen en mensen die regelmatig trektochten maken⁹.

Twee soorten tochten

- **Korte of “stervormige” tochten:** Elke avond keert u terug naar het vertrekpunt. De tocht duurt een of meerdere dagen zonder van “basiskamp” te veranderen.
- **Rondreizen** duren meerdere dagen, zelfs meerdere weken. Daarbij moet u elke dag de etappe afronden, van logement (gîtes¹⁰, berghutten, camping) veranderen en dus uw bagage dragen of laten brengen. De formule is “wandelen en bivakkeren”.

De kust

Over het algemeen zijn wandelingen aan de zee makkelijk, zelfs in licht bergachtige streken. Ze vereisen weinig inspanning, maar bepaalde paden bevinden zich soms langs steile hellingen. Voor de veiligheid houdt u uw kinderen het best goed in de gaten. Wat kledij betreft¹¹ draagt u bij regen het best¹² een regenjas en -laarzen, in de zomer een zonnebril en een hoofddekseel.

⁸ In bergsportcontexten wordt er vaak de collocatie “technisch veeleisend” gebruikt, ook door DM Südtirol (2016).

⁹ Door wandelaars wordt de collocatie “een trektocht/trektochten maken” vaak gebruikt, bijvoorbeeld in Goos (2001).

¹⁰ Volgens Van Dale is een gîte een slaapgelegenheid voor wandelaars op doortocht, de Franse term wordt ook in het Nederlands gebruikt, zie Corsica Travel (z.j.)

¹¹ De vormen “wat kledij betreft” of “wat betreft kledij” kunnen volgens de Nederlandse Taalunie (2000-2015) beide. Na de vorm volgt volgens de Taaltelefoon (2000-2015) geen komma.

¹² In schrijftaal wordt bij voorkeur de onverbogen vorm “het best” gebruikt volgens de Nederlandse Taalunie (2000-2015).

De bergen

Al heel lang trekken de bergen wandelaars aan, daar zijn verschillende redenen voor. Hun schoonheid (droomlandschappen, betoverende panorama's ...) en positieve invloed op het lichaam (stilte, zuivere lucht, ...) houden daar verband¹³ mee. De bergen laten u letterlijk en figuurlijk hogerop komen, uw hoofd leegmaken en de alledaagse zorgen relativiseren. Elke zomer wanen onsportieve mensen en zelfs mensen met een slechte conditie zich bergwandelaars... Een keer op grote hoogte wandelen maakt echter duidelijk dat u voor dit soort inspanning een goede conditie nodig hebt. Die conditie moet het hele jaar worden onderhouden¹⁴ maar niet per se zoals een Olympiër (het is geen alpinisme). Zondagswandelaars zijn namelijk snel uitgeput door de hoogteverschillen en vinden al die hoogtelijnen weinig bemoedigend. Zij denken eraan om voor de eerste keer te vertrekken... Als u in die situatie zit, volg dan de volgende raad om alles zo goed mogelijk te laten verlopen. Raadpleeg de weersvoorspelling van de dag in kwestie en kies in de eerste plaats voor de route die het meest¹⁵ op uw fysieke capaciteiten afgestemd is. Het weer in de bergen is bijzonder veranderlijk, dus neem warme kleding (de temperatuur zakt met de hoogte) en een regenjas mee. Denk ook aan een zonnebril, zonnecrème met een voldoende hoge beschermingsfactor en een pet om uw hoofd tegen de zon te beschermen. Neem ook nog drinken, gedroogde vruchten en andere lichte granenrepen mee om als u pauzeert een hongertje¹⁶ te stillen zonder uw maag te belasten. Wandelt u in groep, laat dan nooit een wandelaar alleen en vergeet niet om altijd iemand over uw vertrek, route en voorziene aankomsttijd in te lichten. Een gps is een handig extraatje, een kompas een onmisbaar hulpmiddel.

¹³ “Verband houden met” is een collocatie en komt bijvoorbeeld voor bij de Nederlandse Taalunie (2000-2015) als synoniem van kaderen in, een minder passende collocatie hier.

¹⁴ De volgorde van de werkwoordelijke eindgroep ligt niet vast, maar er is wel een tendens om eerst het hulpwerkwoord en dan het deelwoord te schrijven volgens de Nederlandse Taalunie (2000-2015).

¹⁵ “Het meest” is meer schrijftaal dan “het meeste” volgens Taaltelefoon. (z.j.).

¹⁶ Het verkleinwoord “hongertje” komt relatief vaak voor op nieuwssites, ook de VRT (2014) heeft het woord wel eens gebruikt.

De woestijn

In de woestijn komt iedereen zichzelf tegen. Théodore Monod¹⁷, Antoine de Saint-Exupéry¹⁸ en Lawrence van Arabië¹⁹ hebben erover geschreven. Die bevoorrechte ontmoetingen vonden plaats in zeer warme regio's waar het amper regent (in goede jaren 250 mm water per jaar) en hebben hen verbaasd en gefascineerd. Hoe betoverend de woestijn ook is, elke wandeling in een dergelijke dorre streek moet minutieus worden voorbereid. De woestijn is namelijk net als de zee en het hooggebergte bikkelhard voor wie onvoorbereid op pad gaat. Het lijkt niet zo, maar de hoogteverschillen zijn voor de wandelaar vermoeiender dan de brandende zon (een passende uitdrukking hier) en het wegzakken van zijn voeten in het zand... Het spreekt vanzelf²⁰ dat u voldoende water mee moet nemen om niet te bezwijken. Elke reiziger moet er rekening mee houden dat hij meer water dan normaal nodig heeft: als in Brest of Carcassonne een liter volstaat, hebt u in de woestijn 5²¹ liter nodig. Nog andere onmisbare dingen zijn zouttabletten om water(moleculen) vast te houden, een zonnebril, een hoofddekseel als bescherming tegen de zon en een sjaal als bescherming tegen het zand bij zandstormen. Dat geldt ook allemaal voor trektochten door de steppes in Rusland, Centraal-Azië en Latijns-Amerika. Op die continenten zijn de tochten minder zwaar, omdat er hier en daar waterpunten zijn, enkele struiken schaduw bieden en de hellingen duidelijk minder steil zijn...

De jungle en de savanne

Liefhebbers van de jungle kunnen hun hart ophalen te midden van de tropische wouden van Amazonië, Azië en enkele landen in Sub-Sahara-Afrika.²² Het verschil met thuis is groot. Er lopen voortdurend dieren voorbij die u normaal enkel achter de tralies van de zoo of in het circus ziet. Ook de bijbehorende kleuren en geluiden maken deel uit van de ervaring.

¹⁷ Théodore Monod was volgens Routard (z.j.) een Franse natuurwetenschapper, geleerde, ontdekkingsreiziger en woestijnkenner.

¹⁸ De Fondation Antoine de Saint-Exupéry. (z.j.) leert ons dat Antoine de Saint-Exupéry een Franse piloot, wetenschapper en schrijver was. Zijn bekendste boek "Le Petit prince" speelt zich af in de Sahara.

¹⁹ Lawrence van Arabië was een Britse auteur, archeoloog en militair. Tijdens de eerste wereldoorlog maakte hij een tocht door de woestijn, die bracht hij in kaart. Naargelang de taal wordt de naam van Lawrence van Arabië aangepast. In het Nederlands spreken we dus over Lawrence van Arabië (Ribbens, 2014).

²⁰ De Nederlandse Taalunie (2000-2015) vermeldt de collocatie "het spreekt vanzelf".

²¹ In deze vertaling zijn alle exacte waarden (liters, hoogtemeters, kilometers enz.) in cijfers geschreven omdat dat het beste is volgens Onze Taal (2016, 21 juni).

²² Zwart Afrika is Belgisch Nederlands, Sub-Sahara-Afrika is wel standaardtaal volgens VRT (z.j.).

Merkwaardig genoeg is de aanwezigheid van vervelende beestjes, zoals muggen, spinnen, mieren, scorpioenen en slangen, niet het grootste ongemak in de jungle. Het meest storende element is de luchtvochtigheid die tot negentig procent kan oplopen! Die veroorzaakt een beklemmend gevoel en bemoeilijkt zelfs de kleinste inspanningen, wees er dus voor op uw hoede. Dan zijn er nog onweersbuien die soms zo hevig zijn dat het lijkt alsof u met uw kleren en rugzak aan een rivier hebt overgestoken. De vochtigheid is bovendien een ideale voedingsbodem voor (voet)schimmels. Het is dus een goed idee om elke avond zorgvuldig uw voeten te drogen en behalve regencapes, een fototoestel en een verrekijker (bij voorkeur allemaal waterdicht) ook een schimmeldodend middel mee te nemen. De savanne is droger dan de jungle en op de uitgestrekte, minder dichtbegroeide vlakten leven wondermooie wilde dieren. Ten opzichte van de jungle zijn hier minder ongemakken voor de wandelaars, ook al zijn er beestjes die overal bijten waar ze kunnen... dat jeukt!

De stad

Behalve het traditionele shoppen, waarbij ook vaak veel kilometers worden afgelegd (goede schoenen zijn een aanrader), zijn stadswandelingen een redelijk recent fenomeen. Wandelen wordt namelijk geassocieerd met de natuur, de bergen en andere ongerepte omgevingen... Toch wordt er steeds meer in de stad gewandeld.

Themawandelingen. U kunt een stad al wandelend herontdekken door de stedelijke GR-paden te nemen – ja er lopen zelfs GR-paden door de stad – of door deel te nemen aan themawandelingen zoals de “Panamées”, die georganiseerd worden door het “Comité départemental” van Parijs.

Om in te spelen op de groeiende vraag van het publiek stippelen steeds meer gemeenten en toeristische diensten historische wandelroutes uit. Die korte wandelingen zijn meestal rond een thema (erfgoed, groenvoorzieningen, lokale geschiedenis, kerken...) opgebouwd. De leerrijke en originele wandelroutes, met of zonder informatieborden, zijn niet altijd gemarkeerd.

Tijdens sommige themawandelingen doet u hele interessante ontdekkingen, voorbeelden zijn de fauvistische wandelroute²³ in Collioure, de route door de traboules van Lyon, de Napoleonroute in Valencia en de Cézanneroute in Aix-en-Provence. De paden langs de stedelijke kanalen en rivieren zijn uiterst aangenaam en liggen zelfs helemaal in het groen. In Parijs leiden de gele en rode markeringsen, die de landelijke GR-paden aangeven, u van de ene naar de andere oude wijk.

²³ De Nederlandse vereniging Languedoc-Rousillon (z.j.) spreekt van de “fauvistische wandelroute”.

De wandeling voorbereiden. Om geen tijd te verliezen in de mensenmassa of net de gezellige drukte niet te missen, moet u een goed vertrek uur en een goede vertrek dag kiezen. Schoenen met een diep profiel lijken op het eerste gezicht²⁴ niet nodig om op asfalt te wandelen. Toch is het beter om wandelschoenen aan te trekken wanneer u van plan bent om enkele uren door de straten te wandelen, trappen te beklimmen enz. Raadpleeg op voorhand een toeristische gids of neem een topogids mee, die zal u helpen om alles uit uw uitstapje te halen: de gekozen route, historische informatie, plekjes die u niet mag missen, openingsuren enz. U kunt ook als u in een stad aankomt een bezoekje aan de lokale toeristische dienst brengen. Daar zijn vaak gratis of heel goedkoop routebeschrijvingen van thematische wandelingen en stadsplannetjes verkrijgbaar, zodat u zeker de weg vindt naar niet te missen monumenten, botanische tuinen of te ontdekken musea.

Met de familie. Stadsroutes zijn vaak geschikt voor wandelingen in het weekend of toeristische uitstapjes in de vakantie. Ze kunnen ook heel leuk zijn voor kinderen als hun nieuwsgierigheid wordt geprikkeld. Een kabelbaan nemen, rond een stadsomwalling wandelen, een belfort bezoeken of een plantendoolhof ontdekken, zal hen zeker prikkelen! Dan is er nog het autoverkeer: wees voorzichtig en vermijd grote verkeersassen en belangrijke kruispunten.

[Wandelen met kinderen](#)

Reizen en wandeltochten dragen bij tot de ontwikkeling van kinderen! Wandelen leert hun om discipline te hebben (iedereen moet zich aan de vooraf gemaakte afspraken houden), solidair te zijn en te delen (water geven aan iemand wiens drinkbus leeg is), het milieu te respecteren (koekenverpakkingen horen niet op de grond!) en zich in te spannen (het is niet meer ver, dus niet opgeven!). Het is vooral een ideale manier om het karakter van uw kind te versterken en zijn wilskracht te ontwikkelen. Dat kan door te zorgen voor vele mooie herinneringen, die hij achteraf aan zijn vriendjes kan vertellen. Als u wilt dat het wandelen uw kinderen iets opbrengt, moet u zorgen dat u de capaciteiten van elk kind goed kent en niet te vroeg of met een te verre tocht begint. In heel wat gevallen is het een goed idee om de mening van de huisdokter of pediater te vragen, aangezien kinderlichamen kwetsbaar zijn.

Daarom is het verstandig om met een trektocht te wachten tot de kinderen vijf of zes jaar zijn. Uw kind moet bovendien nog graag buiten zijn, sporten en nieuwe ervaringen opdoen.

²⁴ “Op het eerste zicht” is niet correct, “op het eerste gezicht” wel volgens de Nederlandse Taalunie (2000-2015).

Er gaat best een volwassene mee die het kind goed kent, net als andere kinderen om gemotiveerd te blijven. Het is een goed idee om een doel aan de familiewandeling te koppelen: zwemmen in een bergmeer, wilde dieren zien, een grot vol achtergelaten schatten ontdekken, paddenstoelen zoeken, dieren sporen observeren enz. Zonder die elementen is er veel kans dat u de hele wandeling vervelende en vermoeiende vragen moet beantwoorden, zoals “hoe ver is het nog?”. Voor het bestaan van computers en videospelletjes verveelde die vraag ouders tijdens de autoritten richting hun vakantiebestemming.

Globaal genomen ontwikkelen kinderen hun wandelvermogen²⁵ met de jaren. Zo kunnen vier- tot achtjarigen maximaal²⁶ 3 kg bagage dragen en 3 tot 12 km wandelen aan maximaal 3 km/u. Acht- tot twaalfjarigen kunnen tot 5 kg dragen en 15 km afleggen op een dag. Vanaf twaalf jaar kunnen goed voorbereide, jonge wandelaars hetzelfde aan als volwassenen van een gemiddeld niveau. Ze kunnen dus overal goed volgen, vooral als ze gemotiveerd zijn en goed uitgerust zijn om te wandelen: een rugzak met steun in de rug en een buikriem, een drinkbus en wandelstokken.

Wanneer uw kind u overal kan volgen, wil dat niet zeggen dat hij ook alle tochten aankan of dat hij hetzelfde als een volwassene kan. Conclusie: zelfs wanneer uw kind hetzelfde lijkt aan te kunnen als een vijftigjarige wandelaar (vleiend voor papa wandelfreak), blijft het een kind! Het is nodig is om vaak te vertragen en te controleren of hij niet uitgedroogd is. Vraag ook wanneer hij nog gedronken heeft en verplicht hem onder de brandende zon om te drinken. Wacht niet tot het vieruurtje of tot de pauze van een kwartier elk uur (ja, uw wandeling verloopt wat trager, maar denk eraan dat een kind een kind blijft, zeker op grote hoogte!). Vertel verhaaltjes, zing leuke liedjes (zelfs als u geen zangtalent hebt), speel een spelletje dat uw kind leuk vindt tijdens de pauzes (vooral de middagpauze die langer is dan de andere pauzes)... De jonge wandelaar moet ge-mo-ti-veerd blijven.

Het laatste advies is gericht aan ouders die hun kinderen al als baby vertrouwd willen maken met wandeltochten. Zij mogen niet boven de 2000 meter gaan en niet langer dan twee uur aan een stuk wandelen. Het belangrijkste is om het kind te beschermen tegen koude en warmte, twee vijanden die drama's kunnen veroorzaken, zeker wanneer de “passagier” nog niets kan zeggen...

²⁵ Het woord wandelvermogen komt voor, bijvoorbeeld in Wade (2014).

²⁶ Maximum is een bijwoord, maximaal een bijvoeglijk naamwoord volgens de Nederlandse Taalunie (2000-2015).

En voor senioren ?

Tegenwoordig wandelen steeds meer “jonge” senioren regelmatig. Zo zijn wandelvakanties niet alleen meer een beproeving voor ongetrainde mensen. Vooraf naar de dokter gaan blijft nodig, de andere raad blijft ook gelden. Toch stelt u best een homogene groep samen, zodat mensen die minder geschikt zijn voor lange wandelingen niet iedereen ophouden. Natuurlijk biedt wandelen veel voordelen voor senioren. “Softwandelen” is ideaal, behalve voor senioren die al altijd wandelden, dus getraind zijn en de wandelmicrobe te pakken hebben.

Tips om met een baby op tocht te gaan

Als u enkele voorzorgsmaatregelen neemt, kunt u met uw baby op tocht gaan. Let op als hij tussen achttien maanden en vier jaar oud is. Zelfs als uw kind al kan lopen, weet dan dat het op die leeftijd snel moe is en tijdens de wandeling al uw aandacht nodig heeft. De wandeling moet zijn aangepast aan zijn niveau, denk in de eerste plaats aan zijn plezier! Anders krijgt hij misschien al op jonge leeftijd een afkeer van wandelen in de natuur. Wandel niet langer dan drie uur aan een stuk en pas uw ritme aan dat van uw kind aan. Laat hem niet uitgeput achter u aan lopen, het is namelijk geen wedstrijd en al zeker geen spelletje. De spieren van kinderen tussen twee en vier jaar oud zijn nog niet voldoende ontwikkeld om constant te wandelen, pauzeer dus, laat ze dus spelen en de natuur ontdekken. Als de wandeling ludiek is en er veel te ontdekken valt, zal uw kind beter wandelen en kan uw gezin meer genieten. Vermijd slecht weer en ga bij heldere hemel wandelen als het niet te koud en niet te warm is.

- **Kies voor kleine hoogteverschillen** als u met kleine kinderen gaat wandelen, stijg meer bepaald maximaal 300 meter. Zorg dat u de grens van 1800 of 2000 meter niet overschrijdt en vermijd op grote hoogte snelle beklimmingen en afdalingen met de kabelbaan.
- **Spits uw oren** en let op elk teken van vermoeidheid of ongewoon gedrag dat op uitputting wijst. Overbelast uw kind vooral niet!
- **Denk goed na over uw route.** Vergeet niet dat u uw kind zeker een stuk van de wandeling zult moeten dragen.

- **Denk aan zonnebescherming, hydratatie en een geschikte wandeluitrusting.** Zorg dat de uitrusting van dezelfde kwaliteit of zelfs beter dan die van u is. Om uw kind tegen schadelijke zonnestralen te beschermen, smeert u hem in met sunblock, laat u hem bedekkende kledij (T-shirt en lange broek of short), een hoofddeksel en een zonnebril dragen. Uw kind verbrandt bij het wandelen veel calorieën, daarom is het belangrijk om hem regelmatig energie te geven (granenrepen enz.). Daarnaast droogt hij uit zonder dat hij het weet, dus zorg ervoor dat hij minstens elk uur voldoende drinkt. Om goed te kunnen wandelen heeft uw kind ook goede schoenen nodig, best wandelschoenen. Die zijn licht, stevig en hebben een antisliplaag. Het is vooral belangrijk dat de schoenen de juiste maat hebben. Dat lijkt evident, maar sommige ouders durven het wel eens te vergeten...

Wandelen met dieren

Wandelaars, herders of andere koopmannen deden of doen het ook. Wandelen met een hond (sommigen doen het zelfs met hun kat!), een ezel of een lama is een mooie ervaring. Dat extraatje brengt wel enkele moeilijkheden en beperkingen met zich mee. Net als bij andere dingen, neemt u best uw verantwoordelijkheid.

Met een ezel wandelen. In Frankrijk is de ezel het lastdier bij uitstek. Ezels hebben een zekere tred op redelijk steile weggetjes en zijn niet veeleisend op het vlak van eten. Wandelen met een ezel is extra motiverend voor de kinderen. U leidt uw lastezel aan een halster en op zijn rug draagt hij al uw bagage, tot drie of vier stuks, dus 30 of 40 kg. Zo nodig kan hij ook vermoeide kinderen dragen. Voor vertrek leert de ezelhouder u snel en makkelijk de nodige commando's. Buiten het trage tempo is de enige beperking van wandelen met een ezel dat u geen smalle paadjes of doorgangen kunt nemen. Bekijk dus goed de geplande route met de ezeldrijver. Op sommige paden of in sommige regio's zijn er bijzonder veel ezeldrijvers en gîtes waar u met een ezel welkom bent. Een voorbeeld daarvan is de GR70 of Stevensonroute²⁷ in de Cévennes. Denk eraan dat een ezel net als elk ander dier gevaarlijk kan zijn als hij zich bedreigd voelt en let goed op de lichaamstaal van uw lastdier. Pas op dat hij niet bijt of achterwaarts trapt en zorg dat uw kinderen niet achter hem gaan staan. De lijst met ezeldrijvers en een boekje met tips zijn verkrijgbaar bij de Fédération Nationale Ânes et Randonnée (FNAR): www.ane-et-rando.com

²⁷ “Le chemin de Stevenson” heet in het Nederlands de “Stevensonroute” volgens bijvoorbeeld Van Meirvenne, (2013).

Met een hond wandelen. Voor mensen die alleen wandelen is de aanwezigheid van een hond geruststellend en bemoedigend. Aan de andere kant is een betere organisatie nodig als u voor enkele dagen vertrekt. Buiten uw eigen eten, moet u ook eten en een deken (zoals een slaapzak voor uzelf) voor uw hond meenemen. Houd er wel rekening mee dat in sommige hutten en gîtes geen dieren welkom zijn. Informeer u op voorhand en kies een aangepaste route.

Het dier kan een deel van zijn spullen zelf dragen in een aangepaste hondenrugzak²⁸ op zijn maat. Zulke rugzakken komen steeds vaker voor in gespecialiseerde catalogi met hondenspullen.

Denk eraan om de hond voor vertrek aan zijn uitrusting te laten wennen. Het is heel belangrijk om tijdens het wandelen de staat van de poten van uw viervoeter in de gaten te houden. De kussentjes zijn redelijk kwetsbaar en gevoelig voor sneeuw en warmte. Vergeet niet om ze elke pauze te inspecteren en eventuele vastzittende steentjes te verwijderen (zoals bij een paard!).

Zorg voor een specifiek desinfecteermiddel en twijfel niet om bij een kwetsuur een dierenarts te consulteren. Zo wordt het niet erger doordat u hem verplicht om te wandelen. Voor honden die vaak meewandelen op onregelmatig terrein kunnen wandelschoenen de oplossing zijn, maar alleen als ze goed ademend zijn. Controleer ook op teken. Neem al zijn documenten mee en denk eraan om de hond de nodige preventieve zorgen toe te dienen voor vertrek (vooral voor het buitenland). U bent niet verplicht om uw hond aan de lijn te houden op openbaar terrein, maar het is wel belangrijk dat hij bij u blijft. Toch moet u een leiband en een muilkorf meenemen en klaar houden als dat wordt gevraagd (ook al hebt u een hond van een ongevaarlijk ras). Als uw hond schade aanricht, wordt u verantwoordelijk gesteld. Als u niet zeker weet hoe hij reageert, kunt u hem het best aan de leiband houden.

Zelfs aan de leiband zijn honden verboden in nationale parken en sommige beschermde natuurgebieden. Om de wilde dieren te beschermen is het van 15 april tot 15 juni ook verboden om honden van de bospaden te laten afwijken, behalve als ze aan de leiband worden gehouden. De lokale autoriteiten kunnen u ook verplichten om uw hond aan de leiband te houden of zelfs verbieden om hem mee te nemen, bijvoorbeeld in zones met kuddes. In de veezones moet u de hond aan de leiband houden omdat honden in een kudde paniek kunnen veroorzaken. Ga met uw hond zeker niet dicht bij²⁹ kuddes die worden bewaakt door Pyrenese berghonden, grote, witte herdershonden. Door hun instinct om de kudde te beschermen kan het gebeuren dat ze u of de hond aanvallen. Loop er in een grote boog omheen.

²⁸ Volgens gespecialiseerde sites worden rugzakken voor honden gewoon hondenrugzakken genoemd, zie DogWalkTrail (2000-2016).

²⁹ Dicht bij waarbij bij als voorzetsel geldt, wordt van elkaar geschreven volgens VRT (z.j.).

De rest van de regels zijn gewoon goede manieren: hou uw hond kort bij u als er andere wandelaars in de buurt zijn, let erop dat uw hond de paarden niet doet schrikken als u ruiters tegenkomt en hinder de fietsers niet. Als er een hond meegaat, is er minder kans dat u wilde dieren te zien krijgt. Zelfs als u hem aan de leiband houdt, zullen de dieren zijn aanwezigheid voelen en afstand houden. De hond kan ook verloren lopen als hij gemzen of reeën achtervolgt. Honden zijn vaak bang van het onbekende, u moet hem dus stap voor stap laten wennen aan nieuwe ervaringen zoals het tegenkomen van ruiters, schaaps- en runderkuddes. Kortom, neem uw hond alleen mee op tocht als u zijn reacties en fysieke capaciteiten kent en zeker bent dat hij luistert. Voor de rest hangt alles af van zijn grootte en fysieke conditie. Hij moet net als u goed getraind zijn om aan de lange tocht te beginnen.

Meer dan alleen ezels...

Ze zijn niet Kapitein Haddocks³⁰ favoriete dieren... Hoe dan ook, lama's zijn goede wandelaars die heel handig zijn op grillig terrein. Ze hebben hele bijzondere poten met twee tenen die onafhankelijk van elkaar kunnen bewegen en kussens die zich aan de oneffenheid van de grond aanpassen. Door hun souplesse kunnen ze in één beweging op een boomstam, boom of rots springen. Ze eten en drinken niet zo veel. Om een lama te kiezen, moet u erop letten dat hij een goede beenstand en een goed gestalte heeft om de bagage zonder problemen te kunnen dragen. Ook zijn karakter is belangrijk, aangezien de menner en de lama elkaar volledig moeten vertrouwen op gevaarlijke stukken van de tocht. Net als voor lastezels bestaat er speciaal materiaal om uw reisgezel en lastdier correct uit te rusten. Er bestaan verschillende speciale zadels voor verschillende tochten. Voor een korte dagtocht op makkelijk terrein, zoals een berg waar koeien grazen, kan een houten zadel volstaan. Voor langere meerdaagse tochten op grilliger terrein zijn nylon zadels beter omdat ze comfortabeler zijn voor het dier. Het dier kan 10 tot 30 kg dragen, afhankelijk van het gestalte van het dier en het soort terrein. De zakken worden gewogen om een perfect evenwicht te krijgen. Zorg altijd voor een halster en een reserve halstertouw, ook een borstel kan handig zijn. Gebruik 's nachts een paaltje en drie meter halstertouw, een bak water en eventueel voedingssupplementen voor het lastdier.

³⁰ In het stripverhaal "Le Temple du soleil" (De zonnetempel) van Hergé spuwt een lama op Kapitein Haddock volgens Cap sur le Monde (z.j.).

Op tocht met een ezel

Al meer dan twintig jaar verenigt de Fédération Nationale Ânes et Randonnées (FNAR) zestig professionele ezelhouders die gespecialiseerd zijn in ezeltochten. De FNAR biedt vrije tochten (u huurt een ezel, een zadel en een topogids) en begeleide tochten (onder begeleiding van een gids met een staatsbrevet³¹) aan. Het netwerk is verspreid over heel Frankrijk: van het milde Angers (la douceur angevine) tot de ruwe Alpen, van de Provence tot Bretagne, van de Pyreneeën tot het Centraal Massief, van de Jura tot Bourgondië, van het Noorden tot het Zuiden inclusief het centrum van het land! De stichters van de FNAR, die eigenlijk als eersten met het idee van de ezeltochten kwamen, gaven de ezels een economisch nut door ze opnieuw aan het werk te zetten. Meer dan twintig jaar later blijkt het een groot succes: het aantal ezelhouders blijft stijgen en de meerwaarde van ezels op tocht is duidelijk! De kracht van de federatie zit in het bijeenbrengen van mensen die allemaal respect voor ezels hebben, gehecht zijn aan hun regio en zich moreel engageren voor een zo groot mogelijke kwaliteit en toegankelijkheid. De mensen van FNAR worden verenigd door een passie, die afhangt van solidaire principes, waarvan groei en winst niet de hoofddoelen zijn. De ezelhouders zijn gelukkig, maar we hebben er nog nooit eentje ontmoet die er miljardair door geworden was! De meeste ezelstallen bevinden zich op paradijselijke plaatsen, vaak ver weg van grote toeristische centra. Daardoor worden er in sommige gebieden nieuwe logies en kleine buurtwinkels ge- en heropend... Vaak zorgt de aanwezigheid van ezelhouders ervoor dat nieuwe paden geopend en onderhouden worden. Op die manier dragen de ezels een steentje bij aan de ontwikkeling van een ander soort natuurtoerisme. Het tempo van een ezelwandeling laat u van het landschap genieten en inwoners van het platteland of de bergen ontmoeten, want een ezel opent deuren en gaat over taalgrenzen heen...

Een ezel kan de bagage van twee tot vier personen dragen, meer bepaald 30 tot 40 kg. Hij is uitgerust met zijn eigen materiaal dat u van de ezelhouder meekrijgt: een pakzadel voor de bagage, een halster en draagzakken... Zijn tred is regelmatig en zeker en hij wandelt aan 3 à 4 km/u. Hij draagt ook vermoeide kindjes op zijn rug, maar de verantwoordelijkheid ligt bij de begeleidende volwassenen.

³¹ In de bergsport wordt er gesproken van staatsbrevetten, bijvoorbeeld op de website van Bergsportclub Alpigo vzw (z.j.).

Een ezel is makkelijk te verzorgen. De avond voor vertrek of de dag zelf toont de ezelhouder met uw hulp hoe de ezel moet worden verzorgd. Eerst leert u hoe u de ezel perfect roskamt, borstelt, zijn poten schoonmaakt en hem correct opzadelt.

Na de demonstratie krijgt u de noodzakelijke verzorgingspullen mee: borstels, roskammen, een hoevenkrabber³², een genezingsbevorderend middel, een insectenwerend middel...

Gedraag u op de juiste manier. U mag een ezel duwen, maar nooit trekken: houd de ezel gedurende de hele tocht aan het touw en zorg dat er iemand voor wandelt en de anderen erachter. Als de ezel onderweg treuzelt, mag u hem met een takje tegen zijn achterste opjagen. Net als elk ander levend wezen, moet hij zacht en langs voren worden benaderd. Hij wordt namelijk niet graag verrast of toegeroepen! Let erop dat u nooit achter een verraste ezel loopt! Hij loopt dan sneller dan u en kan denken dat u ook vlucht: blijf kalm, als hij begrijpt dat er geen gevaar is, zal hij snel stoppen en rustig beginnen te grazen.

Er zijn zowel geleide als vrije ezelwandelingen. Bovendien is de FNAR bezig om ze ook mogelijk te maken voor mindervaliden. Daarom organiseren sommige ezelhouders ontdekkingsmomenten en tochten voor mindervaliden. Ze doen dat om pedagogische en therapeutische redenen, maar ook om de tochten toegankelijk te maken voor iedereen.

www.ane-et-rando.com

Nieuwe reisgezellen. In Frankrijk zijn lamatochten, net als ezeltochten, aan een opmars bezig. Lama's komen veel voor in sommige Latijns-Amerikaanse regio's. Ze zijn vooral in het middelgebergte geschikt om mee op tocht te gaan. De "oorspronkelijke bergbewoners" zijn uitstekend aan de hoogte aangepast en door hun hoeven zijn ze nog tredzekerder dan ezels. Door hun kleine gestalte kunnen ze door smalle doorgangen, maar ze kunnen minder last dragen (20 tot 30 kg. De Association Française Lamas et Alpagas heeft een register van alle lamahouders die lamawandelingen aanbieden (www.lamas-alpagas.org).

³² Op de tweetalige Belgische website van Decathlon (z.j.) wordt duidelijk dat een "cure-pied" een hoevenkrabber is.

- **ASSOCIATION FRANÇAISE LAMAS ET ALPAGAS**

Avenue Bourgelat 1³³

MARCY-L'ETOILE

FRANCE

www.lamas-alpagas.org

contact@lamas-alpagas.org

De Association Française Lamas et Alpagas (AFLA) is in 2010 ontstaan door de samensmelting van twee verenigingen: Alpagas et lamas de France (ALF) en de Association française des petits camélidés [sic](AFPC). De eerste werd in 1986 opgericht, de tweede in 1994, beide door lama-fokkers en -eigenaars. De AFLA heeft meer dan tweehonderd leden, zowel hobbyisten als professionelen. Hun doel is om samen te werken voor de promotie en de waardering van lama's in Frankrijk en om ervaringen en doelstellingen te delen. De twee aanvankelijke verenigingen organiseerden allebei Europese shows waar lama- en alpaca-fokkers hun dieren toonden in verschillende wedstrijden: uiterlijk en voorkomen, hindernissenparcours of wedstrijdtochten. Hun websites bevatten veel informatie. Ook verschillende dierenartsen maken deel uit van de vereniging en wisselen ervaringen en kennis uit om kwaliteitsvolle service te kunnen bieden aan de fokkers.

Uw verblijf plannen

Vanaf het moment dat de bestemming is gekozen, is het tijd om over de prijs na te denken. Alles hangt in de eerste plaats af van waar u naartoe wilt, Frankrijk en Europa blijven het makkelijkste en het snelst bereikbaar. Ook het soort trektocht heeft veel invloed: met of zonder begeleiding, luxueuze of minder luxueuze logies enz. De trekker heeft twee mogelijkheden: zijn reis zelf organiseren of beroep doen op professionele organisaties. Natuurlijk is de tweede optie duurder, maar wel veiliger en dus minder avontuurlijk. Op de gebaande paden blijven of niet, aan u de keuze.

³³ Een correct adres ziet er in België anders uit dan in bijvoorbeeld Frankrijk. Zo staat hier het huisnummer na de straatnaam volgens Bpost (2016).

- **FÉDÉRATION DES PARCS NATURELS RÉGIONAUX DE FRANCE**

Rue Christiani 9 (18e)

PARIS

+33 1 44 90 86 20³⁴

info@parcs-naturels-regionaux.fr

De vereniging omvat 51 regionale natuurparken van Frankrijk, van de Alpilles tot de Noordelijke Vogezen. De parken tonen de waarde van grote, bebouwde landbouwgebieden. Het gaat om gebieden die vooral op landbouw zijn gericht en waarvan de natuurlijke omgeving en het cultureel erfgoed kwaliteitsvol zijn, maar waarvan het evenwicht kwetsbaar is. Ze werken samen in verband met duurzame ontwikkeling die gebaseerd is op de bescherming en de opwaardering van het natuurlijk en cultureel erfgoed. Op die manier is er een verband tussen de regionale natuurparken en duurzame ontwikkeling. Ze zetten acties op touw om natuurlijk en cultureel erfgoed te beschermen en te beheren en grondgebied in te richten (bijvoorbeeld de bewegwijzering van paden). Ook economische en sociale ontwikkeling komen aan bod door economische en sociale acties op te zetten om levenskwaliteit in hun gebied te garanderen, door bedrijven te steunen die het milieu respecteren en door bezoekers te ontvangen en te informeren. Over het algemeen wordt in de parken contact met de natuur aangemoedigd en worden bezoekers er bewust gemaakt van milieuproblemen. De nationale en regionale parken vormen een fantastisch terrein om te gaan wandelen, de paden zijn er goed onderhouden en bewegwijzerd. Op de uitgestippelde routes kunt u biotopen, uitzichtpunten en opmerkelijk erfgoed ontdekken. U kunt de wandelroutes van de websites downloaden.

³⁴ Voor een Frans nummer komt er +33 te staan als er uit het buitenland naar moet worden gebeld volgens De Groot, E. (z.j.).

Uitstapjes voor natuurkenners

Door de grote interesse in de natuur en de biodiversiteit of de fauna en flora worden er verschillende activiteiten georganiseerd: uitstapjes voor natuurkenners, botanische wandelingen, wandelingen waar u naar het burlen van de herten gaat luisteren of sporen van wilde dieren te volgt... De uitstapjes duren meestal een halve of zelfs een hele dag, u kunt u ter plekke inschrijven. In de regionale natuurparken worden tal van activiteiten aangeboden om landschappen te ontdekken of op uitstap te gaan met een natuurkenner. De parken zitten vol met typische diersoorten, zoals Europese otters, auerhoenen, zeehonden³⁵, slechtvalken, Europese moeflons, steenuilen, kraanvogels, wolven, roerdompen, lederschildpadden, vale gieren, lynxen, roze flamingo's... en er groeien ook veel verschillende bloemensoorten (bijvoorbeeld orchideeën). Elk park heeft zijn eigen symbool: in Chartreuse is het de oehoe, in Vercors de tulp en de moerhoen... In de parken worden door de informatie- en voorlichtingsdienst, maar ook met lokale verenigingen verschillende uitstappen georganiseerd. De planning vindt u op hun websites of in hun brochures. U vindt ook informatie in de bezoekerscentra, zoals les Maisons de la nature en les Maisons de la faune et de la flore... Elke twee jaar wordt het nationale evenement de Nacht van de uil georganiseerd. Meer informatie daarover vindt u online. Natuur-observatieactiviteiten gebeuren vanzelfsprekend met het grootste respect voor het milieu en de dieren- en plantensoorten.

- **Het Regionaal Natuurpark van Brière.**³⁶ De natuuronderzoekers van het Regionaal Natuurpark van Brière en van de universiteit van Rennes werken samen om u wilde dieren te tonen in de moerassen. De nadruk ligt op de watervogels en hun leefmilieu tijdens de periode van reproductie of migratie. Voorgestelde activiteiten zijn wandelen, varen met een aak, waterfauna en -flora ontdekken, watervogels observeren, initiaties moerasvogels bestuderen en zoogdierensporen herkennen...

³⁵ De Latijnse naam voor phoque veau-marin is *phoca vitulina* volgens Conservation-nature (2008-2010). Een *phoca vitulina* heet in het Nederlands zeehond volgens Natuurpunt (z.j.).

³⁶ De Nederlandse naam van het park is het Regionaal Natuurpark van Brière volgens onder andere France-Voyage (2003-2016).

- **Het Regionaal Natuurpark van de Moerassen van de Cotentin en de Bessin**³⁷ In Ponts d'Ouve is er een informatiepad van een kilometer lang. Het is uitgerust met ludieke en pedagogische paaltjes en kronkelt door graslanden in overstromingsgebied. Het pad loopt langs het water, waar verschillende observatiehutten zijn geplaatst om moerasvogels in hun natuurlijke leefomgeving te kunnen spotten.
- **Het Regionaal Natuurpark Les Landes de Gascogne**.³⁸ U kunt op verschillende plaatsen terecht in het park: het Maison de la nature aan het bekken van Arcachon³⁹, het vogelpark van Teich (33), het activiteitencentrum Graoux in Belin-Béliet (33) of het atelier-gîte van Saugnac (40). Vogelspotexcursies, natuurclubbijeenkomsten, de ontdekking van de Eyre-rivier en haar delta, de observatie van kraanvogels in de winter ... behoren allemaal tot de mogelijkheden.

Zelf organiseren

De goedkoopste en meest flexibele formule is enkel voor reizigers die op eigen benen kunnen staan. Allereerst moet u er het land en de af te leggen route goed voor kennen. Toeristische gidsen, wegenkaarten of topografische kaarten, websites en blogs bevatten een schat aan informatie voor de voorbereiding. Er is info te vinden over het land, de topologie, de paden, de staat van de route, hoeveel volk er komt, de logies, bevoorradingsposten, het weer, het ideale moment om er naartoe te gaan... De verhalen op blogs en sociale media zijn vaak waardevol en inspirerend. Iedereen kiest zelf naar welk land hij gaat, welk programma hij op welk ritme volgt, hoe lang de etappes zijn, welke plekken hij bezoekt, welke activiteiten hij doet en vooral wie hij meeneemt. Er is geen tussenpersoon en u kunt indien nodig ter plaatse een gids kiezen. Toch is het niet zeker dat dit soort reis goedkoper is – behalve als u dicht bij huis blijft – omdat er altijd op het laatste moment nog verrassingen kunnen opduiken. Soms moet u lang onderhandelen om de prijs te laten zakken en ook de taalbarrière kan problemen veroorzaken... Andere nadelen: u moet alles zelf doen, m.a.w. de trein en het vliegtuig reserveren, een auto huren, logies boeken, administratie afhandelen... Het geeft wel veel voldoening om als alles goed loopt een droomreis te hebben gemaakt op uw eigen maat!

³⁷ De Nederlandse naam van het park is Het Regionaal Natuurpark van de Moerassen van de Cotentin en de Bessin volgens onder andere France-Voyage (2003-2016).

³⁸ De Nederlandse naam van het park is het Regionaal Natuurpark Les Landes de Gascogne volgens onder andere France-voyage (2003-2016).

³⁹ Er wordt gesproken van het bekken van Arcachon op France-voyage (2003-2016).

- **PARCS NATIONAUX DE FRANCE**

Château de la Valette

Rue Jean-François Breton 1037

MONTPELLIER

+33 4 67 52 55 23

www.parcsnationaux.fr

Als we Parijs en de overzeese departementen en gebieden meerekenen, zijn er tien nationale parken in Frankrijk. Het eerste bestaat sinds 1963 in Vanoise (Rhône-Alpes) en het recentste is dat van Calanques (Provence-Alpes-Côte d'Azur⁴⁰). U kunt de parken enkel niet-gemotoriseerd verkennen – te voet, met sneeuwschoenen, langlaufend, skiënd. U kunt er beschermde biotopen ontdekken – vooral uit de bergen, maar ook uit de zee – met een mooie, grote biodiversiteit. Bewegwijzerde paden, vaak GR-routes, doorkruisen de parken. De regels: blijf op de paden! Honden zijn niet toegelaten, ook niet aan de leiband (pas op: boete). Ook plukken en jagen zijn streng gereguleerd. Het is verboden om vuur te maken en afval achter te laten. Dat is wel het minste. Het oudste nationale park ter wereld is dat van Yellowstone in de Verenigde Staten, het bestaat sinds 1872. Over de hele wereld zijn er ongeveer vierduizend nationale parken die zich samen over meer dan 4,4 miljoen kilometer uitstrekken. In Europa (driehonderd nationale parken tegenwoordig) bevinden de meeste zich in Zweden, waar in 1909 negen nationale parken gesticht werden. In 1914 werd in Zwitserland het eerste park van de Alpen gesticht. Daarna volgden parken in Spanje in 1918, IJsland in 1928 en Finland. Op de websites van elk park vindt u gedetailleerde info over de verschillende bewegwijzerde paden, ideaal voor mensen die alleen wandelen en van de ongerepte natuur houden.

⁴⁰ PACA staat voor Provence-Alpes-Côte d'Azur volgens Région Provence-Alpes-Côte d'Azur (z.j.).

Het wandelpad van Orgère en Vanoise

In de Franse nationale parken vindt u vele paden, sommige beter bewegwijzerd dan andere. Thematische paden geven de parken ook een pedagogische functie. Een van de laatste nieuwe paden bevindt zich in Vanoise, waar het eerste Franse nationale park gesticht werd (in 1963). Het ontdekkingspad van Orgère werd op 20 september 2013 ingehuldigd in Villardodin-Bourget (Maurienne). De route van 4,3 km maakt een lus door de vallei van Orgère op een hoogte van 1900 tot 2100 meter en laat het speciale karakter van het woud tot zijn recht komen, vooral de goede bereikbaarheid is bijzonder.

Dankzij de elf informatieborden op het Orgèrepad kunt u met al uw zintuigen verschillende aspecten van het leven in de vallei ontdekken. U doet gedurende de hele wandeling kennis op en u kunt genieten van het buitengewone landschap, daarbij spelen beelden van vogels op ware grootte, grote en kleine banken en leuninggen een grote rol. Bij het ontwerp van het pad is er ook met toegankelijkheid rekening gehouden: er werd gelet op gebruiksgemak, er werden elementen voorzien om naar te luisteren en aan te voelen enz. Het eerste deel van de wandeling blijft redelijk vlak – 1,2 km over de oude EDF-piste – en kreeg van de departementsraad van Savoie het label “Comfortwandeling” (“Promenade confort”). Het behalen van dat label belooft de inspanningen die gedaan zijn om het publiek zoveel mogelijk gebruiksgemak te bieden, vooral mindervalide personen. De realisatie ervan sluit aan bij de observatiepost in het woud van Orgère die het Nationaal Park van de Vanoise, het Office national des forêts en de gemeente Villarodin-Bourget in 2006 bouwden. In het Nationaal Park van de Vanoise is er veel tijd en moeite in het nieuwe project gestopt om het publiek nog beter te kunnen onthalen.

Sentiers Croisés

De vereniging Sentiers Croisés brengt professionals op gebied van trekking en tochten bijeen die waarde hechten aan verantwoordelijk toerisme⁴¹. Ze delen dezelfde passie voor hun werk en de natuur en hebben samen een aantal tochten gecreëerd. De leden van de vereniging willen door de samenwerking de klanten nog meer tevredenstellen. Verspreid van de kust tot de bergen zijn er een tiental leden:

- Montagne Evasion : Gérardmer (88).
- Allibert Trekking : Chapareillan (38).
- La Burle : Sainte-Eulalie (07).
- La Pèlerine : Saugues (43).
- Destination Merveilles : Villeneuve-Loubet (06).
- Mont Blanc Expérience : Chamonix (74).
- Randonades : Prades (66).
- Trek Aventure : Bastogne (België).
- Visages : Montdauphin (05).
- La Compagnie des sentiers maritimes : Rennes (35).

⁴¹ “Verantwoordelijk toerisme” is niet zomaar een letterlijke vertaling van “tourisme responsable”, maar de term komt voor op verschillende websites, bijvoorbeeld van Duurzaam MBO (2016).

Wandeltochten voor singles

Rando-Celibat: een topidee! Met Rando-Celibat kunt u volgens uw voorkeuren genieten van groepsuitstapjes en -weekends met alleenstaanden, singles en gescheiden mensen. De uitstapjes en weekends zijn opgebouwd rond activiteiten zoals trektochten, mountainbiken, nordic walking, boomklimmen en andere buitenactiviteiten. Eigenlijk zijn ze een ontmoetingsplaats voor leden van de organisatie. Iedereen kan in alle gezelligheid uitstapjes voorstellen en en daarvoor worden dan nog andere deelnemers gezocht. Om aan de activiteiten te kunnen deelnemen moet u lid zijn, dat bent u al vanaf € 45 per jaar of u kunt het ook voor € 20 een maand proberen. Voor dat bedrag kunt u in alle rust volgen wie wat voorstelt. Het ledenweekend voor Rando-Célibatleden is de gelegenheid om even te ontsnappen en uw dagelijkse kopzorgen te vergeten. U kunt dus zelf zonder vooroordelen en in alle vriendschap uitstapjes voorstellen. Zo kunt u andere singles ontmoeten die net als u genoeg hebben van het sombere singleleven, maar toch niet elke keer te veel geld willen uitgeven aan hun uitstapjes! Met Rando-Célibat wordt er ook vaak buiten de vereniging gewandeld, maar af en toe kunt u ook genieten van wandelingen met een groep singles van dezelfde generatie. www.randocelibat.com

Het succes van nordic walking

Steeds meer wandelaars gebruiken twee wandelstokken en maken daarbij grote bewegingen. Die wekken de nieuwsgierigheid en, laten we het gewoon toegeven, ook de bewondering van beginnelingen. Dat komt door de indrukwekkende snelheid van de nordic walkers. De sportievelingen beoefenen een soort wandelen dat uit het koude Scandinavië komt: nordic walking! De befaamde wandelstokken zijn geen oude stokken of mooie uitgesneden takken, maar extreem geperfectioneerde hulpstukken.

De sport werd in de jaren vijftig uitgevonden in Finland, zodat langlaufers konden trainen voor er sneeuw lag en werd een halve eeuw later een echt succesverhaal door de uitvinding van de onmisbare stokken. De stokken moesten eigenlijk worden ontworpen om de schokken te absorberen. Die schokken hebben te maken met de hardheid van de grond en kunnen namelijk makkelijk de gewrichten van de wandelaars beschadigen. Volgens specialisten bestaat de ideale wandelstok voor zeventig à tachtig procent uit carbon en voor de rest uit glasvezel.

Dat evenwicht alleen volstaat niet, verre van zelfs! Goede wandelstokken hebben ook handgrepen, aangezien de wandelaars grote bewegingen moeten maken om in het gewenste ritme te kunnen wandelen.

Bij die bewegingen kunnen de stokken zo uit hun handen glijden, ondanks de lussen van klassieke wandelstokken. Wandelaars moeten ook voor geschikte handgrepen kiezen. Van plastic? Zweet verzekerd! Van rubber? Goed! Van kurk? Super. Hetzelfde geldt voor de punt: wolfram of ijzer? Recht of gekromd?

De prijzen liggen tussen de € 20 (de Tembea 50 van Hewfeel) en de € 70 (de X5 van Gabel SRL).

U vraagt best advies aan specialisten in de sportwinkel of aan een vriend die helemaal fan geworden is van nordic walking. Die vriend heeft misschien ontdekt dat hij bij nordic walking tachtig procent van zijn lichaamsdelen aan het werk zet (vooral het hart) en daardoor doeltreffend kan afvallen. Om die reden is het zo een succes in Frankrijk en eigenlijk ook in de rest van Europa, waar er al miljoenen mensen de sport beoefenen.

Om volledige informatie te geven, moeten we nog zeggen dat dit soort wandelen erg verschilt van het traditionele wandelen en dat u er een uitstekende uithouding voor nodig hebt (u kunt zo geen uren wandelen zonder uitgebreide pauzes te nemen!). Het is niet omdat de bewegingen eenvoudig lijken dat ze dat ook zijn: u hebt er een perfecte hand-voetcoördinatie voor nodig en daar hebben veel wandelaars het moeilijk mee! Het is niet omdat u met stokken wandelt, dat u aan nordic walking doet...

Een beroep doen op professionele organisaties

Sommigen reizen het liefst zonder begeleiding, anderen schakelen voor de organisatie van hun reis liever specialisten in, die bepalen welk soort wandelreis het beste bij u past – beide mogelijkheden hebben voor- en nadelen. Gespecialiseerde touroperators bieden voor elke dag gedetailleerde routes met grote etappes aan, zodat u een idee hebt welke plaatsen u kunt bezoeken en waar u kunt overnachten. Het voordeel is dat het budget op voorhand vastligt en dat u op dat vlak niet voor verrassingen komt te staan. De gids houdt zich ook bezig met papierwerk en administratieve problemen – i.v.m. verplaatsingen in het buitenland – ook al moet iedereen een handje helpen met de dagelijkse organisatie. U bent er zeker van dat u de weg niet moet zoeken, dat u aangepaste etappes kunt doen en dus op de voorziene dag veilig en wel op uw bestemming aankomt. De nadelen hebben vaak te maken met het feit dat de reis in groep is. Iedereen moet instemmen om het programma te veranderen, mensen die elkaar niet kennen moeten ineens samenleven, behalve als u zelf een groepje vormt met vrienden, en voor mensen die van een beetje spanning houden gebeuren er weinig onverwachte dingen. Lokale organisaties met kennis van zaken slaan makkelijk nieuwe wegen in en kunnen u gepersonaliseerde routes aanbieden. In Frankrijk zijn ze betrouwbaar, maar in andere landen moet u ermee opletten.

Aanlokkelijke prijzen en de beste service gaan niet altijd samen en de foto's op hun website kunnen bedrieglijk zijn. Vermijd teleurstellingen door u te informeren bij de ambassade of de toeristische dienst ter plaatse en door reisgidsen te lezen. Die hebben de organisaties vaak getest en bevatten meestal betrouwbare informatie over hun aanbiedingen en bestaan. U kunt ook aandachtig de website van de organisatie lezen, die zou duidelijke en precieze antwoorden moeten geven op alle vragen en per mail moeten bevestigen. U kunt de reis best niet volledig op voorhand betalen. U kunt het voorschot met een internationale overschrijving betalen, maar let op want sommige banken rekenen daar aanzienlijke kosten voor aan.

- **VAGABONDAGES**

www.vagabondages.com

Van gewone wandelingen tot sportieve trektochten in het hooggebergte, van kalme wandelingen langs een kanaal tot pelgrimstochten, van natuur- tot cultuurwandelingen... Vagabondages is een team van professionals, maar vooral van gepassioneerde natuurwandelaars, die verliefd zijn op hun streek en die van hun passie hun beroep hebben kunnen maken. De leden van Vagabondages kennen de paden op hun duimpje en zijn sterk betrokken met de verantwoordelijke ontwikkeling van hun streek. Ze combineren een gemoedstoestand en een passie met een uiterst nauwkeurige vakkundigheid.

Bij Vagabondages delen ze hun ervaringen en knowhow om u de beste tochten in Frankrijk te bieden. Ze hebben allemaal het charter van Vagabondages ondertekend, een ethisch charter en kwaliteitscharter dat in de brochure voorgesteld wordt. U herkent de organisatie aan het logo van Vagabondages.

Professionele wandelorganisaties

- **ONF RETROUVANCE®**

www.onf.fr/retrouvance/

Het Office National des Forêts (ONF) is de belangrijkste natuurbeheerder in Frankrijk. De organisatie krijgt subsidies om publiek te ontvangen in de bossen of andere natuurlijke omgevingen en probeert om de gebieden aantrekkelijker te maken. Dat doet ze door liefhebbers van het ecotoerisme twee mogelijkheden aan te bieden. ONF verhuurt enerzijds gîtes in heel Frankrijk, vooral in het Zuid-Oosten. De 39 gîtes zijn voorzien van alle comfort en bevinden zich in het midden van de bossen of de bergen. Hun ligging is perfect om te genieten van de natuur en van buitenactiviteiten, maar vooral om te overnachten na een lange wandeling in de streek. Anderzijds zijn er negen wandelroutes van het ONF onder de naam Retrouvance®.

Die routes in Zuid-Frankrijk zijn er nu zo'n vijftien jaar en stellen natuurliefhebbers tevreden. Vandaag de dag is Retrouvance® een van de eerste wandelroutemerken "met alles op en aan". Het volledige aanbod vindt u op retrouvance.onf.fr.

- **DESTINATIONS QUEYRAS**

AIGUILLES - +33 4 92 45 04 29

www.randoqueyras.com

Destinations Queyras ligt in het Regionaal Natuurpark van de Queyras⁴² en heeft sinds tien jaar een uitgebreid tochtenaanbod. Het reisbureau werd door vier bergspecialisten opgericht en organiseert trektochten, gewoon te voet, met sneeuwschoenen of langlaufs en trekkings in het buitenland. Mogelijke bestemmingen zijn Kreta, Madeira, Réunion, de Cycladen, Griekenland, het hart van het Marokkaanse Atlasgebergte, Roemenië, Italië, Bulgarije, de Himalaya-vallei... en natuurlijk Queyras.

Destinations Queyras doet zijn best om in elk seizoen kwaliteit te bieden zonder het milieu, de zeden en gewoonten van elk land uit het oog te verliezen. Er zijn vrije tochten van vier dagen (te voet in de zomer, op sneeuwschoenen in de winter) in Queyras of trekkings van drieëntwintig dagen in Nepal (in een lodge of tent) mogelijk; een nieuw aanbod is een bezoek aan de bergen, meren en kloosters in Macedonië (elf dagen, overnachting in hotels).

- **RANDO AVENTURES**

Rocquerand

AILLON-LE-JEUNE

+33 4 79 54 61 48

+ 33 6 89 93 36 67

www.lesaillons.com

Philippe Trépier is skileraar en berggids met staatsbrevet, hij heeft al van kleins af aan een passie voor de natuur. Daarom heeft hij meer dan twintig jaar geleden een reisbureau opgericht dat gespecialiseerd is in trektochten. Wat is het lievelingsterrein van Rando Aventures? De Alpen waar Philippe geboren werd, de Pyreneeën, Corsica, de Hoge Atlas in Marokko en de Egyptische woestijnen, zowel de zwarte als de witte.

⁴² De volledige Nederlandstalige naam van het natuurpark is het Regionaal Natuurpark van de Queyras volgens onder andere France-voyage (2003-2016).

- **LA BALAGUÈRE**

Route du Val-d'Azun

ARRENS-MARSOUS

+33 5 62 97 46 97

www.labalaguere.com

labalaguere@labalaguere.com

La Balaguère werd in 1984 in Frankrijk opgericht en behaalde het certificaat “Tourisme responsable”⁴³. Oorspronkelijk beslisten bewoners van de Pyreneeën, die verliefd waren op hun bergen en sterk betrokken waren in de lokale ontwikkeling – nu noemen we dat duurzame ontwikkeling – om hun passie te delen door tochten te organiseren in hun geliefd gebergte. Uiteindelijk werd hun hobby hun werk. Waarschijnlijk meegevoerd door de Zuidenwind, gaat het team sindsdien steeds verder in het ontdekken van landen, waar ontvangst, traditie en echtheid samenkomen. La Balaguère richt zich tot mensen van alle niveaus, van beginners en gevorderden en organiseert themareizen, tochten in Frankrijk en de rest van de wereld, met of zonder begeleiders, à la carte, met het gezin, met vrienden of in groep. Een voorbeeld daarvan is Collioure-Cadaques, een creatie van la Balaguère,: zeven dagen lang ongeveer vijf uur per dag wandelen door krekken, een fantastische ervaring in elk seizoen.

- **L’ECHAILLON****

Névache BRIANÇON

+33 4 92 21 37 30

www.echailon.com

L’Echailon is een charmant tweesterrenhotel⁴⁴ met een wellnessruimte (sauna, hamam en Stovatt) te midden van een wandelgebied, maar ook een reisagentschap. Dat organiseert zowel in de winter als de zomer reizen en tochten (stervormig of rondreizend, met of zonder begeleider) in onder andere de Hautes-Alpes. Voorbeelden zijn in de winter de begeleide reis “Clarée neige”: verschillende winteractiviteiten (sneeuwschoenwandelen, langlaufen, een rit maken in een hondenslee...) en in de zomer “Vallée de Névachée” een stervormige vrije tocht.

⁴³ In “*Voyageurs du Monde est certifié « Tourisme Responsable » par l’AFNOR*” wordt duidelijk dat “Tourisme responsable” is een certificaat dat door de organisatie AFNOR wordt uitgereikt i.v.m. duurzaam toerisme.

⁴⁴ Tweesterrenhotel wordt aan elkaar geschreven naar analogie met het woord grotestedenbeleid (Nederlandse Taalunie, 2000-2015).

- **MONTAGNE ÉVASION**

Rue des Vosges 4

GÉRARDMER

+33 3 29 63 17 50

www.montagne-evasion.com

contact@montagne-evasion.com

De openingsuren van Montagne Evasion zijn van maandag tot vrijdag van 9u tot 12u30 en van 13u30 tot 18u30, op zaterdag van 9u tot 12u30 en van 13u30 tot 17u. De touroperator in Gerardmer bestaat al dertig jaar en organiseert wandelreizen in Frankrijk en de rest van de wereld. Professioneel en vol passie werken ze routes uit tussen de zee en de bergen en combineren wandelen en cultuur. Hun specialiteit? De Vogezen en de grensgebergtes: het Zwarte Woud, Tirol, Beieren, de Balkanlanden: Kroatië, Montenegro, Bosnië, Albanië en eilanden: Madeira, Mallorca, Malta, de Canarische Eilanden, de Antillen en de poort naar Azië: Sri Lanka, Vietnam, Cambodja enz. Of het nu om individuele of groepsreizen gaat, of om privéreizen op maat, hun ervaren adviseurs zorgen voor onvergetelijke reizen.

- **SERAC ORGANISATION**

Rue de Mortillet 6

GRENOBLE

+33 4 76 86 46 84

www.serac-montagne.com

De bergen zijn een van de laatste plaatsen waar we ons vrij voelen, maar om ze te ontdekken, moet u ze eerst leren kennen. Er zijn hooggebergtegidsen, begeleiders en leraars om de wondere wereld van de bergen te ontdekken. Al meer dan vijftien jaar brengt Serac mensen zoals u in contact met die professionals om via Oisans of Encrins van Vercors naar Queyras te wandelen door de Alpenvalleien. De toeristische vereniging organiseert ook expeditie verder weg, bijvoorbeeld naar de Cho Oyu (een Himalayaberg van 8 201 m), botanische reizen in Marokko, Madagaskar, de Canarische Eilanden, Kreta... Het aanbod is groot, van een gewone dagtocht tot een grote expeditie in de Himalaya...

Voorbeelden zijn een weekend in Osains, de Tour de Monte Viso⁴⁵, de één maand durende beklimming van de Gyaji Kang⁴⁶ (7074 m hoog, gelegen ten noorden van de Annapurna) of de beklimming van de Aconcagua, een klassieker onder de Amerikaanse hoge bergen (22 dagen).

- **CHAMINA VOYAGES**

Naussac – BP 5 F

LANGOGNE

+33 4 66 69 00 44

www.chamina-voyages.com

contact@chamina-voyages.com

De touroperator Chamina Voyages bezit sinds 2008 het kwaliteitslabel voor verantwoordelijk toerisme (meer bepaald “Agir pour un tourisme responsable”) en is in de jaren 1980 ontstaan uit verenigingen in het Centraal Massief. De touroperator is de grondlegger van de “vrije” formule sinds 1985 en heeft bewezen wat hij kan op het vlak van begeleide tochten organiseren. Ze bieden meer dan tweehonderd bestemmingen voor tochten en trekking aan in Frankrijk, Europa en de rest van de wereld. De reizen lopen van station naar station en u hebt de keuze of u uw bagage zelf draagt of niet. Chamina Voyages is altijd op zoek naar innovatieve oplossingen om de ecologische impact van zijn activiteiten te verkleinen. Er zijn tochten met verschillende moeilijkheidsgraden, met verschillende soorten logies en verschillende thema’s (familie, Compostella, fietsen, conditie), zodat iedereen een tocht vindt die bij hem past.

- **RANDOBIVOUAC LEDEUX**

+33 6 14 49 46 36

www.randobivouac.com

Sébastien Bouchonneau is berggids, instructeur nordic walking en leraar stretching postural⁴⁷. Hij organiseert bergtochten met sneeuwschoenen en nordic walkingtochten. Zijn voornaamste bestemmingen zijn de Pyreneeën, Corsica, Marokko...

⁴⁵ In het Nederlands spreekt men van de “Tour de Monte Viso” volgens onder andere Lautier (2013).

⁴⁶ In het Nederlands wordt de naam van de berg in twee delen geschreven volgens onder andere HT Wandelreizen (z.j.).

⁴⁷ Stretching postural heeft op de officiële, tweetalige website S.P®.E.F.M. (2016) geen andere naam in het Engels, dus ook in het Nederlands blijft de Franse naam behouden.

Verschillende soorten tochten zijn mogelijk: thematochten, oriëntatielopen, rondtrekkende wandelingen, bivak, “avonturenreizen” om u volledig in de natuur onder te dompelen en aan het lokale leven deel te nemen... Elke tocht is aangepast aan het niveau van de groep. Op aanvraag zijn ook reizen à la carte mogelijk.

- **AVENTURES & VOLCANS**

Cours de la Liberté 73 (3e)

LYON

+33 4 78 60 51 11

www.aventurevolcans.com

lyon@aventurevolcans.com

Aventures & Volcans ontstond in 1986 door de ontmoeting van Guy de Saint-Cyr, die gepassioneerd was door vulkanologie, en reisbureau Exo, dat reizen organiseerde in het Hoge Noorden en op gletsjers. De combinatie van vuur en ijs bracht hen snel tot een eerste bestemming: de uitbarstende Stromboli en de Eolische Eilanden. Ze huren een bootje om rond de eilanden te varen en in de zomer slapen de reizigers op het strand. Door de groeiende interesse voor het “avontuur” is er ook een tweede bestemming, dit keer op Réunion, waar de Piton de la Fournaise⁴⁸ uitbarst. De kwaliteit van de expedities werd in 1996 officieel erkend, toen het agentschap de “Gulliver du Tourisme Nature” won op de beurs Salon de Paris. Vandaag de dag biedt Aventure et Volcans meer dan vijftig bestemmingen aan, van de Galapagoseilanden tot Vanuatu. Ze bedenken reizen en bieden die aan om uw behoefte aan ontdekking te vervullen en indien nodig de meeste veeleisende reizigers mee te slepen. U komt dicht bij wilde dieren terwijl u vissen van de mooiste zeeën ter wereld streelt, gorilla’s observeert of Indonesische spookdiertjes ontdekt. U komt ook dicht bij de volkeren die we onderweg in de verschillende landen ontdekken, u eet samen en deelt soms zelfs logies met hen. Aventures en Volcans biedt reizen aan voor iedereen. Een voorbeeld: “Vulkanen op zee” neemt u in acht dagen mee naar vier van de zeven Eolische Eilanden tussen Italië en Sicilië, waar vuur kleur geeft aan de plaatsen en de landschappen nog mooier maakt.

⁴⁸ De vulkaan heeft een uitgebreidere naam volgens verschillende bronnen, en komt bijvoorbeeld voor in het artikel “Vulkaanuitbarsting op tropenland La Reunion”.

De tocht is een mooie mix van actieve vulkanen, wandelingen in typische dorpjes, museumbezoeken in Lipari of gewoon nietsdoen in mooie hotels, terwijl u in de schaduw op het terras van een bar proeft van de beroemde granita. De reis is erg aan te bevelen aan gezinnen en mensen die zin hebben om wandelen en toerisme af te wisselen.

- **CONTINENTS INSOLITES**

Quai Arloing 38 (9e)

LYON

+33 4 72 53 24 90

www.continentsinsolites.com

Continents Insolites is gespecialiseerd in lange reizen in de vorm van pelgrimstochten over de hele wereld. In januari 2011 werd Terra Incognita Continents Insolites. Terra Incognita was sinds 1999 gespecialiseerd in themareizen in kleine groepen en bundelde al zijn knowhow om zeer persoonlijke en individueel samengestelde ontdekkingsreizen te organiseren. Het Belgische Continents Insolites ontstond in 1976 en sinds Terra Incognita en Continents Insolites elkaar in 2003 vonden, worden de zeer avontuurlijke reizen ook meer op maat aangepakt... Met de eerste gemeenschappelijk georganiseerde reizen kwamen de teams van Terra Incognita en Continents samen door hun passie voor de ontdekking van culturen en de betoverende natuur. De twee merken delen krachtige waarden, werken sindsdien met dezelfde lokale partners en geven samen een gepersonaliseerde reisgids uit. Een voorbeeld: Costa Rica op maat, met vulkanen, jungle en stranden, uitgebreid met Panama, een rondreis van zestien dagen. In Parijs, Brussel en Monaco zijn er ook filialen.

- **HUMANS CLUB AVENTURE**

Rue Henri-et-Antoine-Maurras 4 (16e)

MARSEILLE

+33 4 96 15 10 20

www.clubaventure.fr

Club Aventure is sinds 1975 een grote “familie” met een passie voor reizen overal ter wereld en houdt zich bezig met gidsen opleiden, paden markeren en beetje bij beetje de avontuurlijke dromen helpen verwezenlijken van duizenden reizigers die onder andere van de natuur houden. Sinds 1980 is Club Aventure – inmiddels Humans Club Aventure – specialist in avonturenreizen in Frankrijk en de rest van de wereld.

De organisatie biedt meer dan achthonderd reizen, honderd bestemmingen en drie soorten avonturenreizen aan: begeleide trekkingen, trektochten en ontdekkingsreizen. Sommige programma's zijn aangepast aan families met kinderen. De routes zijn aangepast aan hun ritme, worden afgewisseld met ludieke activiteiten zoals ontmoetingen met andere kinderen, zwempartijtjes, kano of kajak, handwerkactiviteiten, koken enz.

De kinderen ontdekken het leven in de natuur en de gidsen leggen hen uit hoe een geiser gevormd wordt, hoe zandduinen ontstaan enz. Gezelligheid, ontmoetingen en uitwisseling zijn de hoofdingrediënten van de reizen van Club Aventure. De logistiek van de reis is van A tot Z geregeld, zelfs tot in de kleinste details. In Kroatië organiseert Humans zelfs tochten door de nationale parken; in Dalmatië bergtochten, rondreizen van eiland naar eiland en ontdekkingsreizen met natuur en cultuur. Nieuw: Marokko met een vrij bezoek aan de dorpjes van Toubkal, makkelijk niveau, acht dagen. Nog een makkelijk en gezinsreis: Egypte "tegen de stroom van de Nijl in", acht dagen met vijf halve dagen wandelen en vijf halve dagen varen. Humans Club organiseert ook gepersonaliseerde tochten. De reisbureaus bevinden zich in Marseille, Lyon en Parijs, maar er zijn ook vestigingen in Zwitserland en België.

- **ARCANSON**

Les Gaillardes

MÉAUDRE

+33 4 76 95 23 51

www.arcanson.com

contact@arcanson.com

Franse gîtes (3 korenaren⁴⁹). In 1985 renoveerden Martine en Jean-Yvez Dutrievoz een oude melkerij om er charmante gîtes van te maken. Met veel passie en een beetje verbeelding groeide Arcanson beetje bij beetje, zoals een metselaar een huis steen per steen opbouwt. Met zijn ligging in het hart van het Massief van Vercors is het vandaag niet alleen een gîte met drie korenaren die bezoekers ontvangt, maar ook een reisagentschap dat "huis"verblijven en -reizen organiseert. De liefde voor Frankrijk en het beroep zorgde voor een familiale sfeer in het sterke team dat het hele jaar door wandel- en mountainbiketochten organiseert, zowel vrij als begeleid, zowel in Frankrijk als in het buitenland. Liefst in Vercors, maar natuurlijk ook elders in de wereld: Madagaskar, Kirgizstan of Marokko. In Frankrijk zijn er ook de tour du Mont Blanc en de tour du Queyras.

⁴⁹ Er bestaat een systeem om landelijke logies te classificeren a.d.h.v. "épis" (korenaren), zie Confluences (2013).

- **GRAND ANGLE**

Le Village

MÉAUDRE

+33 4 76 95 23 00

www.grandangle.fr

info@grandangle.fr

Geopend van maandag tot vrijdag van 8u30 tot 12u30 en van 13u30 tot 18u30, zaterdag van 9 tot 12u en van 14 tot 17u. Grand Angle is een reisorganisator die gespecialiseerd is in natuurreizen, te voet, met de fiets, met langlaufs, met sneeuwschoenen of per kajak... De reisorganisatie met ervaring in het veld is sinds 1985 gevestigd in Méaudre, in het hart van het natuurpark van Vercors. Het team bestaat uit professionals – berggidsen, skileraars... – die allemaal gepassioneerd zijn door de natuur en door reizen, zowel in theorie als in praktijk. De organisatie heeft al meer dan vijftientig jaar ervaring in het organiseren van reizen en biedt begeleide en vrije tochten aan, net als routes op maat. Laat u tussen het grote aanbod verleiden door de tocht die u in twaalf dagen meeneemt naar Guadeloupe, de Îles des Sainte en Marie-Galante.

- **VISAGES**

Le Campana

MONT-DAUPHIN

+33 4 92 45 18 05

www.visages-trekking.com

info@visages-trekking.com

Een trektocht in Nepal, een rondreis door Jordanië, een bergtocht in de Zuidelijke Alpen... Visages ontstond in 1981 door een groep berggidsen uit Hautes-Alpes die hun energie en knowhow samen wilden brengen. In 1991 vormde zich een nieuw team met een eigen credo: trektochten toegankelijk maken voor iedereen en reizen aanpassen aan alle niveaus, sportief of eerder rustig, met het gezin of alleen. Visages spant zich ook in voor verantwoordelijk toerisme door partners in het buitenland te kiezen die werken volgens dezelfde deontologische principes.

- **ALLIBERT TREKKING**

Boulevard Beaumarchais 37 (3e)

PARIS

+33 1 44 59 35 35

www.allibert-trekking.com

Geopend van maandag tot vrijdag van 9 tot 19u, zaterdag van 10 tot 18u. Onder de nestors van het reizen “met de rugzak” is Alibert niet van de minste, de organisatie heeft net haar veertigste verjaardag gevierd. Alibert Trekking is ontstaan om een passie te delen, namelijk die om al reizend de wereld te ontdekken. De reisorganisatie werd opgericht door drie hooggebergtegidsen die hun voorliefde wilden delen in de vorm van altijd respectvolle reizen dicht bij de mensen en de natuur. De berggidsenorganisatie biedt meer dan duizend verschillende tochten aan over de hele wereld. Als specialist in trektochten in het hooggebergte, biedt Allibert Trekking ook tochten aan voor gezinnen, aangepast aan de leeftijd van het kind, zijn capaciteiten op het vlak van inspanning en de samenstelling van de groep: kortere etappes, tussentijdse doelen onderweg, stopplaatsen...

Tijdens elke etappe kunt u de omgeving, de natuur en de lokale cultuur ontdekken en ludieke activiteiten doen: paardrijden, met een bootje varen, boomklimmen, kajakken, fietsen, meerijden met een hondenslee... De hele omkadering wordt voorzien door een gids die gewoon is om met kinderen te werken, hij is er verantwoordelijk voor dat de reis goed en veilig verloopt. Het is ook mogelijk om te reizen op de rug van een dier – een ezel of kameel –, maar maximaal voor twee kinderen tot zestien jaar en afhankelijk van de bestemming. Er is bijvoorbeeld de tocht “Les Fées de Cappadoce”, waarbij u acht dagen lang vier à vijf uur per dag wandelt over wegen, pistes, paden en heuvelachtige terreinen, in doortocht of lus. De paden zijn makkelijk toegankelijk en u moet enkel uw spullen voor doorheen de dag dragen, u logeert in een hotel of pension. Andere adressen: Avenue de l’Aiguille-du-Midi 156 – 74400 Chamonix (+33 450538800) • Rue Léon-Gambetta 19 – 31000 Toulouse (+33 5 34 44 55 70) • Rue des Mesures 4– 06270 VilleneuveLoubet (+33 4 93 22 62 48) • Route de Grenoble – 38530 Chapareillan (+33 4 76 45 50 50)

- **ATC – ROUTES DU MONDE**

Rue du Château-Landon 9 (10e)

PARIS

33 1 55 26 93 70

www.atc-routesdumonde.com

ATC-Routes du monde is een toeristische organisatie die reizen in Frankrijk en het buitenland organiseert, ze heeft verschillende infopunten in heel Frankrijk. U kunt er ook terecht voor vliegtuigtickets en reserveringen van gîtes, campings en appartementen. ATC-Routes du Monde heeft ook een officieel certificaat van IATA en mag daarom vliegtuigtickets verkopen, er zijn maar een paar organisaties die dat mogen.

- **NOMADE AVENTURE**

Rue de la Montagne-Sainte-Genève 40 (5e)

PARIS

+33 8 25 70 17 02

www.nomade-aventure.com

infos@nomade-aventure.com

De openingsuren zijn van maandag tot zaterdag van 9u30 tot 18u30. Interessante prijzen, een aangename sfeer en een heel gevarieerd aanbod... Thematisch of niet, te voet of met de motor, rustig, dynamisch, sportief, vrij, met vrienden of familie, Nomade Aventure biedt verschillende reismogelijkheden aan voor toeristen die de ervaring van deze specialist in groepsreizen in Frankrijk en de rest van de wereld waarderen. U kunt Bouthan of Sri Lanka, Guyana of Griekenland en natuurlijk ook nog andere bestemmingen ontdekken ... De gidsen ter plaatse zijn Franstalig, kennen het land goed en ze vergezellen u niet alleen, maar tonen u ook de rijkdommen en bijzonderheden van het land in kwestie. Andere adressen: Quai de Tilsitt 10, 69002 Lyon • Rue de Breteuil 12, 13001 Marseille • Rue Peyrolières 43, 31000 Toulouse

- **ZIG ZAG**

Rue de Dunkerque 54 (9e)

PARIS –

+33 1 42 85 13 93

www.zigzag-randonnees.com

informations@zigzag-randonnees.com

Sinds de oprichting in 1984 wil Zig Zag mensen warm maken om open vlakten te gaan ontdekken. Op het programma staan de Sahara, Marokko, Tunesië, Soedan, Tsjaad, Afrika (Ethiopië, Tanzania...), Azië, China en Vietnam. De tochten lopen over niet-gemarkeerde paden, door de wilde natuur en gebeuren in kleine groepjes – niet meer dan twaalf personen. Er zijn moeilijke en makkelijke tochten, zodat ze ook met gezinnen het wandelplezier kunnen delen. Zig Zag biedt ook vrije tochten aan en voor zij die dat wensen reizen à la carte. Alleen al in Peru zijn er een tiental tochten door verschillende streken en omgevingen mogelijk.

- **TERRES D’AVENTURE**

Rue Saint-Augustin 30

PARIS

+33 8 25 70 08 25

www.terdav.com

infos@terdav.com

De openingsuren zijn op zaterdag van 9u30 tot 19u. Terres d’Aventure is al bijna veertig jaar gespecialiseerd in begeleide wandelreizen en is een van de marktleiders en pioniers in de branche. In groepen van gemiddeld tien personen maken de wandelaars een tocht buiten de gemarkeerde paden om nieuwe landschappen te ontdekken, onverwacht nieuwe mensen te ontmoeten en verrassende verhalen te horen. Er zijn verschillende formules, zelfs voor gezinnen. Met kinderen vanaf vier jaar kunt u avonturen beleven in Bali, Peru, Egypte, Marokko of gewoon Frankrijk. De groep bestaat enkel uit gezinnen, de routes zijn aangepast aan het ritme van kinderen en op de routes wisselen activiteiten op de meest originele plaatsen en het wandelen elkaar af. Ook wandelreizen op maat zijn mogelijk met een zelf samengestelde groep, u wandelt dan gewoon met een wandelhandboek – kaarten, routebeschrijving, hotspots... – en op sommige tochten is het zelfs mogelijk om het type logies of de dagroute te kiezen. U kunt er zeker van zijn dat u logeert in kwaliteitsvolle logies, die getest zijn, en op betrouwbare paden wandelt. We worden onmiddellijk verliefd op de magnifieke vijftiendaagse trektocht in de Elboersketen in Iran.

- **RANDOMONA ZI**

République 2 6 bis, rue Albin Haller

POITIERS

www.randomona.com

randomona@randomona.com

Randomona staat voor trektochten (RANdonnées) in de bergen (MOntagne) en de natuur (NAture). Het is een organisatie die gespecialiseerd is in trektochten en natuurvakanties, het tegenovergestelde van massatoerisme. Op het programma staan wilde en beschermde landschappen, authentieke ontmoetingen met de lokale volkeren, speciale aandacht voor respect voor mens en natuur, hulp aan de armste volkeren, comfortabele logies bij de mensen in de bezochte regio's. Bij terugkeer is er een debriefing met de reizigers om het verblijf, de moeilijkheid van de tocht, de kwaliteit van het restaurant, de lokale gids, de aanpassingen onderweg, nieuwe interesses enz. te evalueren. Er is een groot aanbod aan bestemmingen van Frankrijk tot Mongolië, van Madeira tot Ushuaia. Nieuw: Randomona Zi is de enige Franse touroperator die reizen met als thema de prehistorie organiseert.

- **RANDONADES**

Allée Arago 30

PRADES

+33 4 68 96 16 03

www.randonades.com

Het is een mooie naam voor tochten en reizen die honderd procent voor de Pyreneeën staan en honderd procent te voet zijn. Randonades is stichtend lid van "Sentier croisés", een netwerk dat trekking- en tochtprofessionals verenigt. De leden zijn verbonden door de waarden voor verantwoordelijk toerisme en de passie voor hun werk en de natuur, ze hebben enkele routes uitgedacht en uitgewerkt. Al sinds de oprichting beperkt Randonades in tegenstelling tot de huidige tendens zijn groepen tot twaalf personen om de tochten gezellig en veilig te houden. De begeleide reizen gaan met zekerheid door vanaf vijf personen zonder dat er een supplement aangerekend wordt. Sterke punten van Randonades zijn logies zoals thuis, altijd een vernieuwd aanbod, lokale verbondenheid en ervaring in het veld.

De touroperator is de oorspronkelijke uitvinder van fantastische reizen in de Pyreneeën, maar organiseert ook tochten van Collioure naar Cadaquès, van Montserrat naar Barcelona en van Caldéa naar Andonna. Er zijn ook nog de "tour du Canigou", en de oversteek van de Cerdagne Capcir met sneeuwschoenen...

- **COMPAGNIE DES SENTIERS MARITIMES**

Rue Poullain Duparc 2a

RENNES

+33 2 99 78 83 70

www.sentiersmaritimes.com

info@sentiersmaritimes.com

Dit reisbureau is sinds 1992 gespecialiseerd in reizen naar de kust in de brede zin... Het organiseert wandelreizen langs de kust van Bretagne, de Middellandse Zee, de Bosporus en zelfs in Quebec. Ook het overbrengen van uw bagage tussen de verschillende slaapplekken en de reservatie van de logies wordt gedurende de hele reis voor u geregeld. U kunt vrij of begeleid reizen.

- **FRANCE RANDONNÉE**

Rue des Portes-Mordelaises 9

RENNES

+33 2 99 67 42 21

www.france-randonnee.fr

info@france-randonnee.fr

Metro Sainte-Anne, Bus 2, busstop Les Lices. De openingsuren zijn van maandag tot vrijdag van 10u tot 12u30 en van 14u tot 18u ; op zaterdag van 10u tot 13u. In het laagseizoen zijn ze bepaalde zaterdagen gesloten. Te voet, te paard, per fiets, thematisch, begeleid, vrij... France Randonnée bestaat uit professionals met meer dan vijftientig jaar ervaring. Ze hebben hun beroep helemaal onder de knie: de aanleg van terreinen, reizen organiseren en op de markt brengen. Door een grondige kennis van de streek en de relaties die ze door de jaren heen hebben opgebouwd, kunnen ze flexibel inspelen op wat de klanten willen en zo de bestemmingen op de site aanpassen en op maat uitwerken voor groepen. France Randonnée zorgt niet alleen dat u nieuwe plaatsen ontdekt, maar stimuleert u ook om mensen te ontmoeten en met hen te praten.

- **LA CAMINADE**

Rue du Mûrier 59 bis

SAINT-CYR-SUR-LOIRE

+33 9 70 44 59 24

www.randolacaminade.com

La Caminade biedt heel wat wandeltochten zonder gids aan in Frankrijk, ze duren twee tot tien dagen en u kunt zelf de vertrekdatum kiezen. De wandelaars zijn volledig vrij, ze wandelen op hun eigen ritme, per twee, met het gezin of met vriend(inn)en en stoppen wanneer ze willen. De voorgestelde route is expliciet en gedetailleerd beschreven in een wandelgids waarin ook IGN-kaarten⁵⁰ van de streek zitten met een schaal van 1:25 000. Bagagetransport tussen de verschillende etappes van de tocht is mogelijk. Een kleine rugzak volstaat voor uw spullen voor doorheen de dag, eten en drinken. De zee, het platteland en de bergen zijn toegankelijk voor iedereen en elke tocht (er zijn er een vijftigtal) is volgens zijn moeilijkheidsgraad geklasseerd. La Caminade volgt de weg naar Compostella tot in Spanje in samenwerking met een Spaanse touroperator. Zeer goede prijs-kwaliteitverhouding.

- **SENTIERS DE France**

Rue du Mûrier 59 bis

SAINT-CYR-SUR-LOIRE

+33 2 47 41 67 07

www.sentiersdefrance.com

Geopend van maandag tot vrijdag van 9u30 tot 12u en van 14u tot 19u; op zaterdag van 10u tot 14u. Sentiers de France biedt een ruime keuze aan zelfstandige tochten in de mooiste regio van Frankrijk. U bent niet gebonden aan een groep, data of een gids. Op meer dan honderdvijftig vrij tochten van vijf tot vijftien dagen kunt u het rijke erfgoed en de keuken van de Franse regio's ontdekken. De tochten zijn per thema (zee, bergen, meren en rivieren, historische paden...), regio, moeilijkheidsgraad en duur ingedeeld. U kunt op uw eigen ritme wandelen met partner, gezin of vrienden. U hoeft enkel de gedetailleerde instructies in het routeboek en op de IGN kaarten met een schaal van 1 : 25 000 te volgen die u bij vertrek van Sentiers de France krijgt. De etappes leiden u naar charmante en klassieke hotels, waar de regionale keuken voorrang krijgt. Het is een subtiele mix van bezoeken, lange en kortere wandelingen om beter van de regio en haar historische erfgoed te kunnen genieten, zalig nietsdoen en lokale producten en goede restaurants ontdekken.

⁵⁰ IGN (2015) is volgens zijn website het "Institut national de l'information géographique et forestière".

- **VIAMONTS TREKKINGS**

Avenue François Mitterrand 26

SAINT-GAUDENS

+33 5 61 79 33 49

www.viamonts.fr

Oorspronkelijk waren ze maar met twee: Thierry en Sarah Modolo... Nadat ze overal ter wereld gewandeld hadden, richtten ze Viamonts Voyages op in Saint-Gaudens, een stadje op het kruispunt van vier valleien: Haute-Garonne, Barousse, Hautes-Pyrénées en Val-d'Aran. Het reisbureau is beetje bij beetje gegroeid en kwam elk jaar met nieuwe bestemmingen. Buiten de Pyreneeën laat Viamonts u ook de wereld ontdekken, hoewel Thierry en Sarah zo gehecht zijn aan Saint-Gaudens en hun land. Op het programma staan: trektochten door de woestijn en bijna vijftig landen om uit te kiezen!

- **AKAOKA**

Hameau de la Combe

SAINT-LAURENT-LE-MINIER

+33 4 99 53 08 57

+33 825 000 84

www.akaoka.com

akaoka@akaoka.com

Meer dan vierhonderd reizen naar gletsjers of woestijnen, van de ene naar de andere kant van de wereld, zonder of met begeleiding (vanaf vier personen), die u naar eigen voorkeuren kunt aanpassen. Akoaka is ontstaan uit de ontmoeting van twee professionals op het vlak van avontuur, die gepassioneerd zijn door reizen en expedities. Ze hebben zelf meer dan vijftien jaar trektochten gemaakt over de Mediterrane bergen en paden. Door de ontmoetingen onderweg hebben ze unieke en langdurige contacten aangeknoopt met lokale inwoners die nu hun vertrouwenspartners zijn bij het organiseren van reizen. Op basis van de aangeboden programma's kunnen voor wie dat wenst de reizen op maat worden aangepast. Het reisbureau heeft speciale aandacht voor de keuze van routes, met of zonder bagagevervoer, de kwaliteit van de logies, de restaurants, de selectie van lokale teams en de omkadering. De routes beantwoorden aan ethische criteria: respect voor het milieu, tradities en de lokale bevolking. Er zijn reizen van Zuid-Frankrijk tot het Middellandse Zeegebied en sinds kort zijn er ook meer noordelijke bestemmingen mogelijk zolang ze binnen de vijf uur vliegen van Frankrijk liggen.

Nieuw dit jaar: een website die als eerste in real-time de beschikbaarheden en prijzen van reizen op maat weergeeft en binnenkort wordt het zusterbedrijf van Akaoka gelanceerd in Latijns-Amerika. Akoaka organiseert achtdaagse tochten in Libanon, voor gevorderden en beginners, gezinnen en mensen alleen. U kunt ook op Akoaka rekenen om tochten verder weg te organiseren, bijvoorbeeld in India of Indonesië.

- **PEDIBUS**

Maison du Rosaire

SAINT-PIERRE-D'ENTREMONT

+33 4 79 65 88 27

www.pedibus.org

De thuisbasis van Pedibus is het dorpje Saint-Pierre d'Entremont te midden van het Natuurpark van Chartreuse⁵¹. Pedibus is in 1986 opgericht door Lionel Fouque, een berggids gekwalificeerd voor tochten met sneeuwschoenen. Eerst bood het reisbureau enkel bergtochten in Frankrijk aan, maar nu organiseert het tochten over de hele wereld, zowel tochten voor ervaren wandelaars als meer toegankelijke wandelingen. Op de eilanden in de Middellandse zee is er een mooie mix van wandelen, zwemmen en culturele bezoeken mogelijk. Voor mensen die graag zelf hun vertrekdatum kiezen, met hun gezin of vrienden vertrekken zonder begeleider organiseert Pedibus ook zelfstandige tochten: de pelgrimsweg naar Compostella van Puy naar Santiago, de Stevensonroute, de tour du Mont Blanc en de tour du Queyras. Zulke tochten zijn toegankelijk voor iedereen, bieden veel wandelplezier en laten u op die manier prachtige routes ontdekken in de Alpen, de Pyreneeën, het Centraal-Massief, de Jura, de Vogezen, Bretagne... in Frankrijk, maar zelfs in Kreta, Nepal, Bulgarije en op de Spaanse eilanden. Meestal zijn het rondreizen van hotel naar hotel zonder bagage, die wordt namelijk apart gebracht. U hoeft alleen maar de route te volgen aan de hand van een kaart, een routebeschrijving en de wegwijzers.

⁵¹ In het Nederlands spreken we van het Natuurpark van Chartreuse, zie o.a. France-Voyage (2003-2016).

- **LA PÈLERINE**

Place Limozin 32

SAUGUES

+33 4 71 74 47 40

www.lapelerine.com

pierre@lapelerine.com

La Pèlerine is verhuisd naar Saugues, een dorpje op de “Route du Puy”. Het reisbureau is gespecialiseerd in wandeltochten en biedt een formule “wandeltochten en herstel van de conditie” aan in Frankrijk en het buitenland. De tochten zijn “comfortabel”: u hoeft uw eigen bagage niet te dragen en u verblijft vaak in hotels of bed and breakfasts. Onder de vele bestemmingen – met of zonder begeleiding – zijn er de paden van de Auvergne, de wegen naar Compostella in Frankrijk en Spanje, de Stevensonroute, trektochten in Ierland en Portugal... La Pèlerine is aanwezig op verschillende beurzen, heeft bijzondere aandacht voor wandelaars en doet alles opdat ze opnieuw voor la Pèlerine kiezen.

- **ARTAMBULE**

La Chapelle

SAUZE

+33 4 93 05 55 05

+33 6 07 26 56 05

www.artambule.com

info@artambule.com

Culturele themawandelingen organiseren is de specialiteit van dit reisbureau. Zo organiseert het literaire reizen (in het spoor van Giono in de Provence bijvoorbeeld), reizen voor muzikfanaten (met concerten en rustige wandelingen), reizen voor liefhebbers van schilderkunst... U kiest niet voor een sportieve ervaring, maar voor puur genieten van alles wat u ziet, zowel in de vrije natuur als op erfgoedsites. De tochten worden begeleid door een gespecialiseerde gids. Mogelijke bestemmingen zijn Frankrijk, Armenië, Rusland en Centraal-Europa. Goed om te weten: wie meer dan zeventig dagen voor vertrek boekt, krijgt korting (-5%).

- **TOUR AVENTURE TREKKING**

Rue du Barri 2

TARASCON-SUR-ARIÈGE

+33 5 61 05 16 31

www.tour-aventure.com

De Pyreneeën en Corsica staan op het programma van Tour Aventure Trekking, een reisbureau dat werd opgericht in 1996 en gespecialiseerd is in het organiseren van trektochten en actieve reizen. De afdeling voor reizen naar Corsica wordt geleid door Corsica Aventure en die voor reizen naar de Pyreneeën door La Grande Cordée, een hotel dat reizen organiseert. Of het nu op Corsica of in de Pyreneeën is, de organisatoren hebben dezelfde passie. Voor andere trektochten en wandelreizen beveelt Tour Aventure zijn partner La Balaguère aan. Dat bedrijf ligt in het hart van de Pyreneeën. Ander adres: Route du Vazzio (tegenover het stadion François Coty) 20000 AJACCIO +33 4 95 50 72 75

Geld, verzekeringen en formaliteiten

Paspoorten en visa

Voor bijna alle reizen in Europa volstaat een identiteitskaart. Buiten Europa hebt u meestal een paspoort nodig. Voor reizen naar de Verenigde Staten is een “biometrisch” paspoort vereist, de procedure daarvoor duurt langer dan bij een gewoon paspoort. In verschillende landen zonder overeenkomsten met België hebt u een visum nodig, dat moet u aanvragen bij het consulaat of de ambassade van het land van bestemming. Het duurt een tot vier weken om er een te krijgen. Voor mensen die rondreizen in verschillende landen bestaan er visa voor meervoudige toegang. Ter plaatse is het het best om kopieën van die documenten en uw rijbewijs bij u te houden in een andere koffer of ze aan een reisgezel toe te vertrouwen. Zo wordt het makkelijker om bij verlies of diefstal stappen te ondernemen bij de ambassade of lokale overheid. Zorg ook dat u altijd de gegevens van de ambassade of het consulaat bij u hebt.

Geld

Als u een leuke en comfortabele tocht wilt maken, is het belangrijk om voor vertrek zo goed mogelijk in te schatten wat u zult uitgeven en de bijkomende dagelijkse kosten te berekenen aan de hand van het vooropgestelde programma. Zorg ervoor dat u altijd wat extra geld op u bankkaart hebt staan. Pas op: op bepaalde bestemmingen is het beter om voor een Visa-kaart te zorgen, voor andere een Mastercard. Voor bepaalde buitenlandse bestemmingen – bijvoorbeeld Marokko – wisselt u best op voorhand al geld omdat er misschien weinig beschikbaar is ter plaatse. Denk er ook aan dat er niet in alle landen geldautomaten en wisselkantoren zijn. Geld afhalen kan op zich een heel avontuur worden! Leg ten slotte niet al uw eieren in hetzelfde mandje: verdeel het geld als u met anderen reist.

Verzekeringen

De meeste reisbureaus bieden ook verzekeringen aan, maar lees goed alle voorwaarden voor u tekent. Kijk ook na of de verzekering biedt wat u echt nodig hebt: uw eigen verzekering kan al volstaan. Het is aangeraden om een annulatieverzekering, een bagageverzekering en een repatriëringsverzekering te nemen, heel belangrijk bij een wandelreis. Vaak hebt u die laatste verzekering al bij uw bankkaart.

Vertaalmoeilijkheden met voorbeelden

- **Zinnen zonder persoonsvorm in het Frans.** Volgens Onze Taal (2011) zijn onvolledige zinnen soms mogelijk, maar ze kunnen verkeerd of niet begrepen worden. Om dat te vermijden, bevatten de vertalingen wel telkens een werkwoord.
 - Un bonheur, une passion, une philosophie, un loisir et un formidable bienfait. (p.1 brontekst)
 - ➔ Die gelukzaligheid, passie, filosofie en ontspanning **hebben** een geweldige, heilzame werking. (p.1 vertaling)
 - Les terres de prédilection de Rando Aventures ? (p.18)
 - ➔ Wat **is** het lievelingsterrein van Rando Aventures? (p. 26)

- Het gebruik van **medische of wetenschappelijke termen** met Griekse stam in het Frans wordt in het Nederlands niet overgenomen. Op die manier kunnen Nederlandstalige leken ook begrijpen wat wordt bedoeld.
 - Cette humidité étant propice à l'apparition de **mycoses** et de champignons[...] (p.10)
 - ➔ De vochtigheid is bovendien een ideale voedingsbodem voor schimmels. (p.7)
 - “Mycoses” en “champignons” zijn twee soorten schimmels. In deze context heeft het verschil geen belang en is voor de makkelijkste term gekozen: schimmel en niet mycose.

- De **lange Franse zinnen** zijn vaak complex en worden volgens Verdaasdonk (2014) in het Nederlands beter opgesplitst, anders is er een risico dat de lezers afhaken. Het is aangeraden om zinnen van gemiddeld vijftien woorden te maken, zinnen tot twintig woorden zijn ook nog begrijpelijk. In deze vertaling is in de eerste plaats rekening gehouden met begrijpelijkheid en samenhang, daarna met de zinslengte.
 - Théodore Monod, Saint-Exupéry ou Lawrence d'Arabie en ont témoigné, émerveillés et fascinés par ces rencontres privilégiées au sein de régions brûlantes et délaissées par la pluie (250 mm d'eau par an, les bonnes années). (p.8)
 - ➔ Théodore Monod , Antoine de Saint-Exupéry en Lawrence van Arabië hebben erover geschreven. Die bevoorrechte ontmoetingen vonden plaats in zeer warme regio's waar het amper regent (in goede jaren 250 mm water per jaar) en hebben hen verbaasd en gefascineerd. (p.6)

- Sans ces aspects, le risque est grand de voir la rando sans cesse rythmée par les pénibles et lancinantes questions qui rythmaient jadis la route des vacances en voiture avant la naissance de l'ordinateur et des jeux vidéos : « On arrive dans combien de kilomètres ? » (p.11)
 - ➔ Zonder die elementen is er veel kans dat u de hele wandeling vervelende en vermoeiende vragen moet beantwoorden, zoals “hoe ver is het nog?”. Voor het bestaan van computers en videospelletjes verveelde die vraag ouders tijdens de autoritten richting hun vakantiebestemming. (p.9)

- **“Ou” kan niet altijd door “of” vertaald worden in het Nederlands.** Soms is “en” of een komma meer op zijn plaats bij de betekenis van de zin.
 - Le désert offre à chacun un dialogue unique avec lui-même. Théodore Monod, Saint-Exupéry **ou** Lawrence d'Arabie en ont témoigné[...] (p.8)
 - ➔ Théodore Monod , Antoine de Saint-Exupéry **en** Lawrence van Arabië hebben erover geschreven. (p.6)

 - Les terres de prédilection de Rando Aventures ? Les Alpes où il est né, les Pyrénées, la Corse, le Haut-Atlas marocain **ou** les déserts égyptiens, blancs et noirs. (p.18)
 - ➔ Wat is het lievelingsterrein van Rando Aventures? De Alpen waar Philippe geboren werd, de Pyreneeën, Corsica, de Hoge Atlas in Marokko **en** de Egyptische woestijnen, zowel de zwarte als de witte. (p.26)

 - En Croatie, par exemple, Humans vous propose des randonnées dans les parcs nationaux ; en Dalmatie, circuits sur les crêtes **ou** d'île en île, des périple mariant nature et culture. (p.20)
 - ➔ In Kroatië organiseert Humans zelfs tochten door de nationale parken; in Dalmatië bergtochten, rondreizen van eiland naar eiland en ontdekkingsreizen met natuur en cultuur. (p.32)

- **Gebruik van het bezittelijk voornaamwoord:** niet overal waar in het Frans een bezittelijk voornaamwoord voorkwam, was het gepast om in het Nederlands ook een bezittelijk voornaamwoord te gebruiken. Een gewoon lidwoord zorgde in die gevallen voor een vlottere vertaling.
 - Pensez à faire une petite remise en forme avant **votre** départ, vous en apprécierez d'autant plus **votre** séjour. (p.6)
 - ➔ Door op voorhand uw conditie te trainen, zult u meer van **de** tocht genieten. (p.4)
 - In de vertaling zijn de bezittelijke voornaamwoorden van de originele Franse zin verdwenen, aangezien ze niet expliciet nodig zijn. Er is wel een bezittelijk voornaamwoord bijgekomen om redenen van welluidendheid.

- Randonner avec **votre** chien. (p.12)
 - ➔ Met **een** hond wandelen. (p.12)
- Pensez à habituer **votre** chien à son chargement avant de partir. (p.12)
 - ➔ Denk eraan om **de** hond voor vertrek aan zijn uitrusting te laten wennen. (p.12)
- **Personificaties** (werkwoord met onbezield onderwerp) zijn in het Nederlands eerder te vermijden volgens Nederlandse Taalunie (2000-2015). Door van het lijdend voorwerp een onderwerp te maken, verdwijnt het probleem.
 - Les voyages de découverte allient culture et nature. Ils se déroulent en dehors des sentiers touristiques, afin de partir à la rencontre des populations et de partager quelques instants de vie avec elles. (p.6)
 - ➔ Ontdekkingsreizen verenigen cultuur en natuur. Ze wijken van de toeristische paden af om de lokale bevolking te ontmoeten en enkele momenten met hen te delen. *
 - ➔ Ontdekkingsreizen verenigen cultuur en natuur. Er wordt van de toeristische paden afgeweken om de lokale bevolking te ontmoeten en enkele momenten met hen te delen. (p.32)
 - En effet, les dénivelés épuisent rapidement les marcheurs du dimanche. (p.8)
 - ➔ De hoogteverschillen putten zondagswandelaars namelijk snel uit. *
 - ➔ Zondagswandelaars zijn namelijk snel uitgeput door de hoogteverschillen. (p.5)
- **Moeilijk vertaalbare woorden:** sommige woorden zijn moeilijk te vertalen omdat de woordenboekvertaling niet in de context past, sommige woorden van een woordgroep niet apart kunnen worden vertaald of er bij gebrek aan een Nederlands woord een omschrijving nodig is.
 - Cahier: ~~schift~~ ➔ “praktisch handboek” (p.2)
 - Exigence technique: ~~technische veeleisendheid~~ ➔ technisch veeleisend (p.4)
 - Facilité d’approche ➔ goede bereikbaarheid (p.3)
 - Niveau d’ombrage: ~~schaduwniveau~~ ➔ hoeveelheid schaduw (p.2)
 - Randonnée itinérante: ~~rontrekkende tocht~~ ➔ rondreis (aspect van trektocht ontbreekt) (p.4)
 - Equipement: uitrustig, accommodatie ➔ uitrusting (p.11)
 - Espace dédié ➔ bezoekerscentrum (p.18)
 - Outils sonores et tactiles ➔ elementen om naar te luisteren en aan te voelen (p.21)
 - Trekking vs randonnée (p.32)
 - Randonneur: trekker / wandelaar / backpacker / rugzaktoerist (p.25)

- **Stroeve of gezwollen vertaling** in het Nederlands bij letterlijke vertaling uit het Frans.
 - Il faut savoir que rien ne vous oblige à tenir votre chien en laisse dans les espaces publics, l'important étant que ce dernier ne s'éloigne pas de son maître. (p.12)
 - ➔ Niets of niemand verplicht u om uw hond aan de lijn te houden op openbaar terrein, maar het is wel belangrijk dat hij bij u blijft.
 - ➔ U bent niet verplicht om uw hond aan de lijn te houden op openbaar terrein, maar het is wel belangrijk dat hij bij u blijft. (p.12)
 - De lezer wordt onderwerp van de zin, het is immers niet belangrijk wie wat verbiedt, enkel wat verboden is voor hem.
 - C'est pourquoi un certain nombre d'âniers se sont engagés dans une démarche de découverte de l'âne et de la randonnée pour les personnes handicapées, dans un souci pédagogique, thérapeutique ou d'accessibilité de la randonnée à tous. (p.13)
 - ➔ Daarom organiseren sommige ezelhouders ontdekkingsmomenten en tochten voor mindervaliden. Het gaat zowel om pedagogische als therapeutische doelen en toegankelijkheid voor iedereen. *
 - ➔ Daarom organiseren sommige ezelhouders ontdekkingsmomenten en tochten voor mindervaliden. Ze doen dat om pedagogische en therapeutische redenen, maar ook om de tochten toegankelijk te maken voor iedereen.
 - Door het onpersoonlijke “dans un souci ...” persoonlijker te maken met “ze doen dat om [...] redenen”, wordt de constructie vlotter.
 - Toegankelijkheid voor iedereen is abstracter en minder duidelijk dan “om de tochten toegankelijk te maken voor iedereen”. (p.15)
 - Le sentier de l'Orgère est parsemé de 11 tables de lectures multisensorielles qui mettent en lumière différentes facettes de la vie du vallon. Tout au long du sentier, des sculptures d'oiseaux grandeur nature, des bancs, banquettes et miséricordes permettent d'apprendre et de profiter du paysage exceptionnel. (p.16)
 - ➔ Op het Orgèrepad bevinden zich elf informatieborden, die u met al uw zintuigen verschillende aspecten van het leven in de vallei laten ontdekken. Gedurende de hele wandeling doet u kennis op en kunt u genieten van het buitengewone landschap, daarbij spelen beelden van vogels op ware grootte, grote en kleine banken en leuningen een grote rol. *

→ Dankzij de elf informatieborden op het Orgèrepad kunt u met al uw zintuigen verschillende aspecten van het leven in de vallei ontdekken. U doet gedurende de hele wandeling kennis op en u kunt genieten van het buitengewone landschap, daarbij spelen beelden van vogels op ware grootte, grote en kleine banken en leuninggen een grote rol. (p.21)

- Minder werkwoorden maken de zin overzichtelijker: “bevinden” wordt weggelaten.
- Door de bijzin niet te vertalen als bijzin maar in een hoofdzinconstructie te gieten, wordt het stukje tekst beter leesbaar.

- Une connaissance approfondie des terroirs et un important relationnel tissé au fil des années leur permettent, au-delà des destinations présentées sur ce site, d’adapter et de concevoir avec souplesse et réactivité des randonnées sur mesure à l’attention des groupes. Explorateur de terroirs, France Randonnée est aussi grand provocateur de rencontres et stimulateur d’échanges. (p.23)

→ Door een grondige kennis van de streek en door de jaren heen opgebouwde relaties kunnen ze met souplesse en reactiviteit de bestemmingen op de site aanpassen en op maat uitwerken voor groepen. France Randonnée laat u niet enkel streken ontdekken, maar stimuleert u ook om mensen te ontmoeten en aan uitwisseling te doen. *

→ Door een grondige kennis van de streek en de relaties die ze door de jaren heen hebben opgebouwd, kunnen ze flexibel inspelen op wat de klanten willen en zo de bestemmingen op de site aanpassen en op maat uitwerken voor groepen. France Randonnée zorgt niet alleen dat u nieuwe plaatsen ontdekt, maar stimuleert u ook om mensen te ontmoeten en met hen te praten. (p.38)

- Het letterlijk vertaalde “met souplesse en reactiviteit iets aanpassen” klinkt niet vlot, “flexibel inspelen op wat de klanten willen” wel. Het idee blijft behouden.
- “Met hen praten” klinkt beter dan het letterlijk vertaalde “aan uitwisseling doen”.

Bibliografie

Bergsportclub Alpigo vzw (z.j.). *Wie is wie*. Geraadpleegd op 3 november 2016 van <http://alpigo.be/Wie%20is%20wie.html>

Bpost (2016). *Hoe stelt u een correct adres op?* Geraadpleegd op 14 november 2016 van <http://www.bpost.be/site/nl/verzenden/adressering/hoe-stelt-u-een-correct-adres-op>

Cap sur le Monde (z.j.). *Lamas & cie – introduction*. Geraadpleegd op 30 oktober 2016 via <http://www.capsurlemonde.org/andes/lamas/introduction.html>

Confluences (2013). *Label “3 korenaren”*. Geraadpleegd op 28 november 2016 van <http://www.confluences.be/nl/labels/label-3-korenaren/>

Conservation-nature (2008-2010). *Phoque veau-marin (Phoca vitulina)*. Geraadpleegd op 14 november 2016 van http://www.conservation-nature.fr/Phoca_vitulina.html

Corsica Travel (z.j.) *Wandeltocht bergen van het zuiden*. Geraadpleegd op 21 oktober 2016 via http://www.corsicatravel.be/circuit-corsica-22-Wandeltocht-Bergen_van_het_Zuiden-travel-nl.html

Covey, S. (1999). *7 eigenschappen die jou succesvol maken*. Geraadpleegd via <http://books.google.be>

Decathlon (z.j.). *Hoevenkrabber met borstel ruitersport Fouganza*. Geraadpleegd op 4 november 2016 van http://nl.decathlon.be/hoevenkrabber-met-borstel-id_8112356.html

De Groot, E. (z.j.). *Frankrijk als vakantie­land: telefoneren*. Geraadpleegd op 14 november 2016 van <http://www.frankrijks­vakantie­land.nl/thema-artikelen-over-frankrijk-frankrijk-als-vakantie­land/telefoneren-frankrijk-als-vakantie­land/>

DM Südtirol (2016). *Mountainbiketocht naar bergweide Alpe di Fanes*. Geraadpleegd op 21 oktober 2016 via http://www.suedtirol.info/nl/beleven/mountainbiketocht-naar-bergweide-alpe-di-fanes_activity_11406

DogWalkTrail (2000-2016). *Ruffwear en eqdog”* Geraadpleegd op 30 oktober 2016 via <http://www.outdoordogwalkshop.com/ruffwear.htm>

Duurzaam MBO (2016). *Verantwoordelijk toerisme*. Geraadpleegd op 11 januari 2017 van <https://www.duurzaammbbo.nl/natuurtoerisme/verantwoordelijk-toerisme>

Fondation Antoine de Saint-Exupéry. (z.j.). *Vie*. Geraadpleegd op 26 oktober 2016 via <http://www.antoinedesaintexupery.com/vie>

France-Voyage (2003-2016). *Het bekken van Arcachon*. Geraadpleegd op 14 november 2016 van <http://www.france-voyage.com/frankrijk-toerisme/het-bekken-arcachon-361.htm>

France-Voyage (2003-2016). *Het Regionaal Natuurpark van Brière*. Geraadpleegd op 14 november 2016 van <http://www.france-voyage.com/frankrijk-toerisme/het-regionaal-natuurpark-briere-505.htm>

France-Voyage (2003-2016). *Het Regionaal Natuurpark van Chartreuse*. Geraadpleegd op 7 december 2016 van <http://www.france-voyage.com/frankrijk-toerisme/het-regionaal-natuurpark-chartreuse-1512.htm>

France-Voyage (2003-2016). *Het Regionaal Natuurpark van de Moerassen van de Cotentin en de Bessin*. Geraadpleegd op 14 november 2016 van <http://www.france-voyage.com/frankrijk-toerisme/het-regionaal-natuurpark-moerassen-cotentin-bessin-928.htm>

France-Voyage (2003-2016). *Het Regionaal Natuurpark van de Queyras*. Geraadpleegd op 22 november 2016 van <http://www.france-voyage.com/frankrijk-toerisme/het-regionaal-natuurpark-queyras-1337.htm>

France-Voyage (2003-2016). *Het Regionaal Natuurpark Les Landes de Gascogne*. Geraadpleegd op 14 november 2016 van <http://www.france-voyage.com/frankrijk-toerisme/het-regionaal-natuurpark-landes-gascogne-495.htm>

Goos, B. (2001). *Dag- en trektochten in Ötztal*. Geraadpleegd op 21 oktober 2016 via <http://www.hutten.be/Reisverslagen/vlg-otztal2001.html>

HT Wandelreizen (z.j.). *Wandelreis Nepal | Annapurna Phu & Nar: Van dag tot dag*. Geraadpleegd op 23 november 2016 van http://www.htwandelreizen.nl/wandelvakanties/nepal/trekking/annapurna_phu_nar/van_dag_tot_dag

IGN (2015). *Le portail IGN*. Geraadpleegd op 6 december 2016 van <http://www.ign.fr/>

Lacrampe, C., Delbos, C., Goupil, A., Labourdette, J., Auzias, D. et al. (2015). *Le guide des randonnées et voyages à pied*. Paris : Petit futé.

Lautier, N. (2013). *Bergwandelen in de Queyras, Frans-Italiaanse Alpen*. Geraadpleegd op 23 november 2016 van <http://www.oppad.nl/?bestemming=tips-voor-dagtochten-in-de-queyras>

Lautier, N. (z.j.). *Tour des Muverans: 4- of 5-daagse bergwandeltrektocht in Zwitserland*. Geraadpleegd op 20 oktober 2016 via <http://bergwijzer.be/reportage/tour-des-muverans-4-5-daagse-bergwandeltrektocht-zwitserland>

Natuurpunt (z.j.). *Waarnemingen: Gewone zeehond – phoca vitulina*. Geraadpleegd op 14 november 2016 van <http://waarnemingen.be/soort/info/395>

Nederlandse Taalunie (2000-2015). *Best(e) (het -)*. Geraadpleegd op 22 oktober 2016 via http://taaladvies.net/taal/advies/vraag/106/beste_het/

Nederlandse Taalunie (2000-2015). *Editoriaal /redactioneel artikel / commentaar / hoofdartikel*. Geraadpleegd op 7 november 2016 van <http://taaladvies.net/taal/advies/vraag/237/>

Nederlandse Taalunie (2000-2015). *Grote-stedenbeleid / grotestedenbeleid*. Geraadpleegd op 23 november 2016 van <http://taaladvies.net/taal/advies/vraag/356/>

Nederlandse Taalunie (2000-2015). *Het spreekt voor zich/voor zichzelf/vanzelf*. Geraadpleegd op 25 oktober 2016 via http://taaladvies.net/taal/advies/vraag/1570/het_spreekt_voor_zich_voor_zichzelf_vanzelf/

Nederlandse Taalunie (2000-2015). *Kaderen in*. Geraadpleegd op 22 oktober 2016 via http://taaladvies.net/taal/advies/vraag/1443/kaderen_in/

Nederlandse Taalunie (2000-2015). *Makkelijk/gemakkelijk*. Geraadpleegd op 21 oktober 2016 via http://taaladvies.net/taal/advies/vraag/1717/makkelijk_gemakkelijk/

Nederlandse Taalunie (2000-2015). *Maximum/maximaal*. Geraadpleegd op 2 november 2016 van http://taaladvies.net/taal/advies/vraag/1449/maximum_maximaal/

Nederlandse Taalunie (2000-2015). *Personificatie ('deze nota bespreekt')*. Geraadpleegd op 6 januari 2017 van http://taaladvies.net/taal/advies/vraag/651/personificatie_deze_not_a_bespreekt/

Nederlandse Taalunie (2000-2015). *Wat betreft/wat...betreft*. Geraadpleegd op 22 oktober 2016 via http://taaladvies.net/taal/advies/vraag/894/wat_betreft_wat_betreft/

Nederlandse Taalunie (2000-2015). *Werkwoordvolgorde in werkwoordgroepen: groepen van twee werkwoorden (algemeen)*. Geraadpleegd op 25 oktober 2016 via http://taaladvies.net/taal/advies/tekst/36/werkwoordvolgorde_in_werkwoordgroepen_groepen_van_twee_werkwoorden_algemeen/

Nederlandse Taalunie. ((2000-2015). *Zicht / gezicht (op het eerste -)*. Geraadpleegd op 27 oktober 2016 via <http://taaladvies.net/taal/advies/vraag/936/>

Nederlandse Vereniging Languedoc-Rousillon (z.j.). *Le Chemin du Fauvisme in Collioure*. Geraadpleegd op 25 oktober 2016 via <http://www.nvlr.eu/index.php/nederlandse-vereniging-languedoc-roussillon/cultuur/archk/479-le-chemin-du-fauvisme-in-collioure>

Onze Taal (2011, 1 augustus). *Onvolledige zinnen*. Geraadpleegd op 6 januari 2017 van <https://onzetaal.nl/taaladvies/onvolledige-zinnen>

Onze Taal (2016, 21 juni). *Getallen in letters of cijfers*. Geraadpleegd op 17 december 2016 van <https://onzetaal.nl/taaladvies/getallen-in-letters-of-cijfers>

Région Provence-Alpes-Côte d'Azur (z.j.). *La région c'est...* Geraadpleegd op 15 november 2016 van <http://www.regionpaca.fr/la-region/la-region-cest.html>

Ribbens, A. (2014). *Zo liep de route van Lawrence van Arabië*. Geraadpleegd op 25 oktober 2016 via <https://www.nrc.nl/nieuws/2014/09/12/zo-liep-de-route-van-lawrence-van-arabie-1420756-a1241753>

Routard (z.j.). *Théodore Monod, le chercheur d'absolu*. Geraadpleegd op 26 oktober 2016 via http://www.routard.com/mag_dossiers/id_dm/13/ordre/3.htm

Sanders, D. & Van Speybroek, G. (2013). *Hoe word ik bergwandelaar?* Tielt: Uitgeverij Lannoo.

S.P®.E.F.M. (2016). *Bienvenue sur le site officiel du Stretching Postural®*. Geraadpleegd op 30 november 2016 van <http://www.stretching-postural.com/>

Strijdhorst, P. (2012). *Huttentocht in Karwendel, Oostenrijk*. Geraadpleegd op 20 oktober 2016 via <http://www.oppad.nl/?bestemming=huttentocht-karwendel>

Taaltelefoon (z.j.). *Het meest / het meeste*. Geraadpleegd op 23 oktober 2016 via <http://www.taaltelefoon.be/het-meest-het-meeste>

Taaltelefoon (2000-2015). *Wat betreft de betaling / wat de betaling betreft*. Geraadpleegd op 25 oktober 2016 via <http://www.taaltelefoon.be/wat-betreft-de-betaling-wat-de-betaling-betreft>

Van Meirvenne, J. (2013). *GR70 (Stevensonroute)*. Geraadpleegd op 27 oktober 2016 via <http://www.wandelwereld.be/jvanmeir/jan.nsf/routes/GR70.html>

Verdaasdonk, W. (2014, 14 oktober). *Van één lange zin naar drie korte zinnen: KxS=L*. Geraadpleegd op 6 januari 2016 van <https://www.taaluilen.nl/schrijfadvis/van-lange-zinnen-naar-korte-zinnen/>

VRT (2014). *Rauwe groenten zijn het beste tegen een hongertje*. Geraadpleegd op 25 oktober 2016 via <http://deredactie.be/cm/vrtnieuws/videozone/Gezienoptv/1.2176935>. Daaruit is af te leiden dat het correct is om “hongertje” te gebruiken.

VRT (z.j.). *Dichtbij / dicht bij*. Geraadpleegd op 30 oktober 2016 van <http://www.vrt.be/taal/dichtbij-dicht-bij>

VRT (z.j.). *Sub-Sahara-Afrika*. Geraadpleegd op 23 oktober 2016 via <http://www.vrt.be/taal/sub-sahara-afrika>

Wade, A. (2014). *Ouderen kunnen beter hardlopen dan wandelen*. Geraadpleegd op 27 oktober 2016 via <https://www.runnersweb.nl/gezondheid/ouderen-kunnen-beter-hardlopen-dan-wandelen.htm>

Zwitserland Toerisme (2016). *Botanische wandelingen*. Geraadpleegd op 19 oktober, via <http://www.myswitzerland.com/nl-be/botanische-wandelingen.html>

(2009, 7 juli). *Voyageurs du Monde est certifié « Tourisme Responsable » par l'AFNOR*. Geraadpleegd op 29 november 2016 van <http://www.voyageons-autrement.com/voyageurs-du-monde-certifie-ATR.html>

(2010, 2 januari). *Vulkaanuitbarsting op tropeneiland La Reunion. Het Laatste Nieuws*. Geraadpleegd op 23 november 2016 van <http://www.hln.be/hln/nl/2654/Extreme-Aarde/article/detail/1048852/2010/01/02/Vulkaanuitbarsting-op-tropeneiland-La-Reunion.dhtml>

Studie

1. Caractéristiques du langage touristique : analyse des traductions néerlandaises de brochures rédigées en français (Beeckman, 2014)

Samenvatting

In zijn artikel bespreekt Beeckman toeristisch taalgebruik, toeristische brochures, hun talige kenmerken en toeristische vertaling. Hij stelt dat in de toeristische sector veel wordt vertaald, maar dat daar weinig onderzoek naar wordt gedaan.

Toeristisch taalgebruik heeft een thematische dimensie, een communicatieve dimensie en inhoud uit verschillende domeinen (bijvoorbeeld marketing en geografie). Het verschilt van ander gespecialiseerd taalgebruik door zijn breed doelpubliek (niet uitsluitend professionelen), zijn gelijkenissen met dagelijks taalgebruik en het feit dat het voor verschillende soorten interactie met allemaal eigen communicatieve noden wordt gebruikt. Het kan gaan om informeren, verwachtingen van het publiek identificeren, overtuigen, culturele verschillen overbruggen enz.

Toeristische brochures zijn uitgaves van meerdere pagina's waarin reclamestrategieën gebruikt worden en informatie over de bestemming wordt gegeven om klanten aan te trekken. Die brochures zijn het instrument bij uitstek van reisagentschappen en nemen vaak de vorm van andere genres aan, bijvoorbeeld catalogi. Ze bevatten veel positieve adjectieven, metaforen en hyperbolen, bovendien spelen de visuele aspecten zoals foto's een grote rol. Het doel van brochures is de bekendheid van de bestemmingen te verhogen, het publiek te informeren, hen van de bestemmingen te laten houden en tot actie te laten overgaan. De verschillen met toeristische gidsen zijn dat ze worden gepubliceerd in collecties, dat erin wordt opgesomd wat je zeker moet zien ter plaatse, dat ze encyclopedische elementen gebruiken en dat ze ook een informatief aspect hebben. Vanaf ca. 1950 ontstond er een nieuwe vorm waarin positieve en negatieve elementen worden gecombineerd om de verhouding tussen de prijs en de kwaliteit te vergelijken.

In toeristische publicaties worden verschillende reclamestrategieën gecombineerd: informatieve, overtuigende, esthetische, pedagogische en prescriptieve strategieën. Bij de informatieve strategie moeten objectieve elementen in combinatie met overtuigende accenten potentiële reizigers overtuigen. De overtuigende strategie bestaat eruit te anticiperen op de verwachtingen en voorkeuren van het doelpubliek door onder meer idyllische foto's te gebruiken.

Op esthetisch vlak zijn de drukkenmerken van groot belang, terwijl op pedagogisch vlak de verbinding tussen de vorige drie strategieën en de poging om de horizon van het doelpubliek te verbreden zonder te veel cijfers te geven belangrijk zijn. De prescriptieve strategie zit in het feit dat de informatie wordt gepresenteerd alsof de lezer al ter plaatse is.

In de boodschap is het beeld van de bestemming best voldoende gedifferentieerd en niet overdreven flatterend, zodat het reiziger het gevoel heeft zich van de massa te onderscheiden. De capaciteit om te kunnen worden vertaald is ook een belangrijk aspect, maar toch worden de vertaalproblemen binnen het genre onderschat. Die houden vaak enerzijds verband met het verlangen naar exotisme en anderzijds met het omgekeerde: angst voor het onbekende. Daarop anticiperen Europese brochures door exotische aspecten te benadrukken en toch gemeenschappelijke locaties en stereotypes te gebruiken om potentiële reizigers op hun gemak te stellen. De vertalingen zijn niet alleen talige omzettingen, maar hebben ook een cultureel aspect: ze moeten overeenkomen met de verwachtingen, waarden en identiteit van de lezers in de doeltaal. Die culturele transfer is even belangrijk of zelfs belangrijker dan de talige transfer. De grens tussen vertalen en schrijven is dan ook dun. Er komt veel kritiek op het feit dat toeristische teksten vaak niet door professionele vertalers vertaald worden en de vertalingen bijgevolg van bedenkelijke kwaliteit zijn, onder andere op het vlak van coherentie en cohesie. Teksten die heel dicht bij de brontekst worden vertaald, bevatten eerder minder geslaagde constructies. Het is dus duidelijk dat de professionalisering van toeristische vertalingen broodnodig is.

Voor zijn onderzoek heeft Beeckman een aantal talige kenmerken gecategoriseerd, geselecteerd en zijn corpus en de vertaling daarvan vergeleken. Het gaat in zijn onderzoek vooral om elementen die de beschrijvingen verrijken, zoals adjectiveringingen, nominalisering en culturele referenties; elementen die de expressiviteit van de brochures verrijken, zoals rijm, metaforen en personificaties; en elementen die de ontvanger van de boodschap aanspreken, zoals persoonlijke en bezittelijke voornaamwoorden van de eerste en tweede persoon en vragende zinnen. Die elementen illustreert hij aan de hand van voorbeelden uit zijn corpus en de vertaling. Daaruit blijkt dat vooral stijlfiguren als rijm, assonantie en alliteratie niet worden overgenomen in de Nederlandse vertaling.

Verband met mijn meesterproef

Le guide des randonnées et voyages à pied is geen toeristische brochure, maar natuurlijk wel een toeristische tekst. Er is dus zeker toeristisch taalgebruik in terug te vinden met taal uit verschillende domeinen, zoals geografie en bergsport. De gids wil een breed doelpubliek informeren en ook overtuigen om voor een wandelvakantie te kiezen.

Hoewel het hier niet om een toeristische brochure gaat, zijn de verschillende reclamestrategieën toch een beetje aanwezig in de tekst. De informatieve strategie komt naar voren aangezien het hoofddoel van de tekst informeren is. Logischerwijs worden vooral objectieve elementen aangehaald. Het beeld van de bestemmingen is niet overdreven positief, want in de gids worden zowel de voor- als de nadelen van de verschillende terreinen besproken. Het overtuigende aspect is in mindere mate aanwezig, aangezien er geen overdreven positieve taal wordt gebruikt en er weinig foto's in de gids staan. Toch is er ook aandacht voor het esthetische aan de hand van een duidelijke en strakke lay-out. De pedagogische strategie is ook zeker aanwezig: de gids is bedoeld om de lezers iets bij te leren over verschillende soorten wandelvakanties. Ten slotte wordt de info af en toe gepresenteerd alsof de lezer of reiziger al ter plaatse is, dat maakt deel uit van de prescriptieve strategie.

Dat (toeristisch) vertalen ook een cultureel aspect heeft, was heel duidelijk waarneembaar tijdens het vertalen van de passage over de woestijn: daarin worden onder andere Monod en Saint-Exupéry vermeld. Voor Franstaligen zijn dat bekende namen, maar voor de Nederlandstalige lezers kwam er in de vertaling een voetnoot met extra uitleg te staan.

De stelling dat vertalingen die heel dicht bij de brontekst worden vertaald, vaak tot minder geslaagde constructies leiden, was bij deze tekst duidelijk merkbaar: er ontstonden namelijk vaak stroeve constructies in het Nederlands als er te dicht bij het Franse origineel werd vertaald.

Ten slotte zou Beeckmans categorisering van talige kenmerken kunnen worden toegepast op de Nederlandse vertaling van *Le guide des randonnées et voyages à pied*, omdat tijdens het vertalen fenomenen zoals nominalisering, personificatie en het gebruik van persoonlijke en bezittelijke voornaamwoorden opvielen. Die fenomenen vindt u ook terug bij de vertaalmoeilijkheden op pagina's 45 tot 49 van deze masterproef.

2. Interculturele transfer in de vertaling van reisgidsen. Een analyse van de vertaling (Frans-Nederlands) van reisgidsen over de Provence. (Deppe, 2015)

Samenvatting

Veel mensen krijgen direct of indirect te maken met het internationale en globale fenomeen toerisme, maar de studie van de vertaling van toeristische teksten is nog relatief nieuw. Toeristische teksten zijn heterogeen en interdisciplinair, maar er wordt minder onderzoek naar verricht omdat ze geen eigen specifiek taalgebruik zouden hebben. Toch bestaat er zoiets als “de taal van het toerisme” of “toeristisch discours”. Dat is zelfs een vorm van gespecialiseerd discours met taal uit verschillende andere domeinen.

Net als elk andere tekst, behoren toeristische teksten tot een bepaalde genrefamilie of een bepaald genre. Teksten uit de redactionele genrefamilie willen de toerist informeren, terwijl bij de institutionele genrefamilie een officiële instelling een beeld wil promoten. De commerciële genrefamilie heeft te maken met directe verkoop, de organisatorische genrefamilie met interne en externe relaties, de gerechtelijke genrefamilie met reglementeren. Er bestaan ook een wetenschappelijke genrefamilie i.v.m. het fenomeen toerisme en een informele met meningen van de toeristen zelf, bijvoorbeeld in blogs. Naast genrefamilies bestaan ook macrogenres: reisgidsen, folders of brochures, tijdschriften, reiscatalogi en webpagina's. De genres zelf hangen samen met taalkundige kenmerken en komen tot stand door een constant samenspel van drie niveaus: de communicatieve situatie, de eigenlijke tekst en de socioculturele achtergrond. De beschrijvende gids, de routebeschrijving, de praktische gids, het reisprogramma, de reportage, de advertentie, het reisverslag, organisatorische documenten, reizigersforums en blogs zijn allemaal toeristische genres. Die genres hebben zowel extratekstuele als intratekstuele kenmerken die telkens met elkaar interageren.

Over het algemeen is de expressieve functie van toeristische teksten groter dan eerst het geval lijkt te zijn, aangezien de teksten buiten objectieve informatie ook overtuigende elementen bevatten. Het onderwerp ervan bevindt zich in een gespecialiseerd domein op een kruispunt van vele kennisgebieden en semantische velden.

Toeristisch discours is vaak een monoloog van de zender en heeft invloed op hoe toeristen alles (moeten) zien, dat wordt ook wel “tourist gaze” genoemd. De sociale rol van de gids heeft drie dimensies: “instrumental leadership” of de weg wijzen, “interactional mediation” of bemiddelen tussen culturen en “communicative mediation” of een relatie opbouwen tussen de toeristen en de bezienswaardigheden.

Er is sprake van manipulatie, want de zender selecteert wat hij vertelt op basis van relevantie. De ontvanger van de boodschap staat centraal en alles wordt aangepast aan zijn voorkennis en verwachtingen. Die hangen samen met ervaring en conventies op het vlak van taal en cultuur. Reizigers zijn doorgaans op zoek naar wat anders of authentiek is, maar de verschillende soorten reizigers hebben andere behoeften.

De lexicale kenmerken zijn verbonden met het thema en de inhoud, maar het belangrijkste kenmerk is het gebruik van terminologie. De terminologie van toeristisch discours stamt uit verschillende domeinen en heeft drie niveaus: specifiek, algemeen-specifiek en algemeen. De sleutelwoorden die worden gebruikt, sluiten aan bij de behoeften van de reizigers en met “keying” wordt geprobeerd hun verlangens te vervullen. Daarnaast worden vaak vergelijkingen en metaforen gebruikt om vertrouwde beelden op te roepen. De zinsstructuur van toeristische teksten is doorgaans duidelijk, compact, ritmisch. De teksten hebben een eenvoudige syntaxis, maar ze hangen sterk samen met de eigenschappen van de talen waarmee wordt gewerkt. Niet-talige elementen zoals kleur, formaat, visuele clichés en connotaties vullen het discours aan.

Het vertalen van toeristische teksten bestaat uit het vervangen van tekstueel materiaal door equivalent tekstueel materiaal, alleen bestaat dat niet altijd in de doeltaal. De tekst moet dus worden aangepast aan de nieuwe communicatieve situatie aan de hand van een taalkundig en tekstueel beslissingsproces. Het functionele standpunt wordt het meest toegepast: de vertaling moet dezelfde functie vervullen als de brontekst, maar moet dus niet zo trouw mogelijk aan die brontekst worden vertaald. Om aan de verwachtingen van de ontvanger te voldoen, wordt vaak info toegevoegd over begrippen die in de doeltaal niet algemeen bekend zijn. De typische vertaalproblemen kunnen worden opgesplitst in twee categorieën: objectieve en subjectieve vertaalproblemen. De objectieve problemen zijn pragmatisch, cultureel, taalkundig of tekstspecifiek. Pragmatische problemen houden verband met verschillen tussen de brontaal- en doeltaalsituatie, culturele met de verschillen tussen normen en conventies in de bron- en doelcultuur, taalkundige met verschillen op vlak van woordenschat, syntaxis enz. tussen de talen en tekstspecifieke met specifieke kenmerken van de brontekst.

Subjectieve vertaalproblemen ontstaan door een te laag niveau of te weinig ervaring van de vertaler. Het kan zijn dat de niet-verbale elementen belangrijker zijn dan de vertaling zelf, dat de tekst ambigu is, dat er veel cultuurspecifieke begrippen aanwezig zijn, dat er veel eufemistische taal wordt gebruikt of dat de brontekst fouten bevat. Vooral eigennamen, toponiemen, vertalingen die niet naar de moedertaal gebeuren en neologismen vormen een probleem.

Na het theoretische deel analyseert Deppe de brontekst en vertaling. Dat doet ze volgens de macrostructuur (omslag, colofon, formaat, foto's kaarten, reclame), de inhoudelijke structuur en de microstructuur (selectie van passages, advertenties, praktische gids, routebeschrijvingen).

Verband met mijn meesterproef

Met de categorieën uit de masterproef van Deppe in het hoofd, zou *Le guide des randonnées et voyages à pied* passen in de redactionele genrefamilie, onder het macrogenre reisgids en onder het genre beschrijvende gids en praktische gids.

De zender vervult vooral de dimensie van “instrumental leadership”: hij wijst de reiziger de weg, informeert over alle mogelijkheden en geeft advies over praktische zaken zoals visa en verzekeringen. “Interactional mediation” en “communicative mediation” zijn niet echt van toepassing, aangezien er weinig specifieke informatie wordt gegeven over de lokale bevolking, de faciliteiten en de bezienswaardigheden. Visuele clichés zijn aanwezig in de vorm van enkele foto's van prachtige berglandschappen.

In tegenstelling tot wat Deppe typische kenmerken van de zinsstructuur van toeristische teksten noemt, was de zinsstructuur in *Le guide des randonnées et voyages à pied* niet compact, eenvoudig en duidelijk. Dat heeft te maken met het taaleigen van de Franse taal, in de vertaling daarentegen werd die structuur aan het Nederlandse taaleigen aangepast.

De vertaalproblemen in deze masterproef waren eveneens objectief en subjectief van aard. Op objectief vlak waren er geen pragmatische en culturele, maar wel taalkundige moeilijkheden door de syntaxis en de woordenschat (zie vertaalmoelijkheden op pp. 45-49). Subjectieve vertaalproblemen hielden verband met ambiguïteit of verwarrend taalgebruik, maar na de tekst een paar keer te lezen, verdwenen ze meestal. De realia werden verduidelijkt met extra informatie in de voetnoten. Met eufemismen en verwarrend taalgebruik waren er geen problemen.

Een vergelijking op vlak van macro-, inhouds- en microstructuur zoals Deppe maakt, zou mogelijk zijn, maar is niet zo nuttig. Dat komt door het feit dat enkel de tekst is vertaald, de extratekstuele kenmerken zijn buiten beschouwing gelaten. De kaders in de originele reisgids onderbreken bijvoorbeeld vaak lopende tekst, maar in de vertaling zijn ze achter de tekst geplaatst. Er bevinden zich advertentiepagina's tussen de tekstpagina's, in deze vertaling zijn ze weggelaten. De lay-out van de brontekst en doelttekst komen ook niet overeen. Wanneer men de gids echt zou willen uitgeven in het Nederlands, zouden die elementen wel in overweging moeten worden genomen en moeten worden aangepast.

3. Onvertaalbaarheid: tussen theorie en praktijk van het vertalen. (Bloemen, 1994)

Samenvatting

Onvertaalbaarheid heeft zowel een vertaalpraktische als een vertaaltheoretische dimensie. Die dimensies, de praktijk van de vertaling en het denken erover, worden kunstmatig gescheiden. Toch interageren ze met elkaar. Onvertaalbaarheid is namelijk een zogenaamde theoretische term die duidt op de praktische onmogelijkheid van het vertalen en het vertaalonderwijs. Hoewel er geen onmiddellijk uitsluitend verband tussen de twee bestaat, worden ze wel (te) snel met elkaar in verband gebracht. Het is belangrijk om te beseffen dat theorie en praktijk niet zo onmiddellijk en duidelijk zijn als meestal wordt gedacht.

De term onvertaalbaarheid wordt door vertalers en vertaalwetenschappers als irritant en dus negatief ervaren, terwijl hij veel potentieel blijkt te hebben. Er bestaan namelijk veel publicaties over het thema. De irritatie zou zo lang mogelijk moeten worden uitgesteld en toont de huidige “allergie voor theorie” aan. Theorie heeft nochtans veel potentieel, aangezien ze vanuit zichzelf kan vernieuwen, iets wat praktijk niet kan. Anderzijds kan de term ook positief zijn: onvertaalbaarheid kan worden vervangen door identiteit, eenmaligheid, heiligheid van een tekst. Die eenmaligheid geldt voor alle soorten teksten, een voorbeeld is de Koran. De Koran is identisch, heilig, eenmalig en kan/mag enkel in het klassieke Arabisch bestaan. Luthers Bijbelvertaling vormt er een schril contrast mee, aangezien hij “onvertaalbare gaten” heeft opgevuld. Ook de mening van Benjamin over onvertaalbaarheid is positief: hij stelt dat onvertaalbaarheid principieel productief werkt. Toch zou ongelimiteerde praktische doenbaarheid te contraproductief werken. We kunnen stellen dat vertalen concreet omgaan is met het onzegbare, ondoenbare en te-latene. Daarom wenst Bloemen toch de negatieve term te behouden.

Vertaaltheorie wordt gedomineerd door discours van de gemiste kans en ontbrekende durf om verder te denken. Toch hebben vertalen en denken veel met elkaar gemeen. Ze werken allebei volgens het principe van “aedequatio”: bij het vertalen tussen de brontekst en doelttekst, bij het denken tussen het object en de gedachte. Het zijn beide overdrachten en ze gebeuren op basis van waarheid en juistheid. Bovendien hebben zowel vertalen als denken een samenhang met taal en worden ze talig gestructureerd. Nog een gemeenschappelijk punt is het differentieprincipe: er ontsnapt altijd iets platonisch. De dislocatie van aedequatio is een tendens die wijst op tekstueel denken, oncontroleerbare veelzinnigheid en de mogelijkheid van mislukking.

Vertaalwetenschap op haar beurt wordt gezien als hulptheorie voor de praktijk en dat is een gemiste kans, ze is namelijk meer dan dat. Uit verschillende kennisgebieden worden theorieën toegepast op vertaling met als doel om sluitende vertaalmodellen te ontwikkelen, maar het systeem moet worden herdacht. De schuld van die gemiste kans ligt enerzijds bij de vertaaltheorie zelf, aangezien ze wel potentieel heeft, en anderzijds bij de filosofen die te weinig aandacht hebben geschonken aan het vertalen. Er is zeker een andere denken over vertalen mogelijk, maar alleen als men bereid is om na te denken over een vertalen dat het platoonse patroon niet volgt, niet altijd gelooft in een mogelijke transfer en de gelukte vertalingen wantrouwt.

Onvertaalbaarheid is niet definieerbaar en dus geen begrip of ontologisch gegeven, het is een fenomeen en een houding. Onvertaalbaarheid ontgrenst in plaats van te definiëren en het is niet absoluut onaanraakbaar. Er bestaan verschillende strategieën om ermee om te gaan. Men kan zich tot lexicale problemen beperken, op culturele verschillen wijzen (die principieel onbeschrijfelijk zijn), er een probleem van synonymie of polysemie van maken of naar metatalige oplossingen, zoals voetnoten of haakjes, zoeken. Al die strategieën lokaliseren de onvertaalbaarheid en schakelen hem uit. Als er een soort van vertaalethiek zou bestaan, zouden de strategieën daar niet mee stroken.

Het feit dat vertalen al sinds eeuwen een evidentie is, is een moeilijk gegeven in de hele discussie rond onvertaalbaarheid. We kunnen dat vertalen een soort van “maar toch-reactie” op onvertaalbaarheid is. We moeten de onvertaalbaarheid die overal in teksten sporen trekt, proberen af te wenden. Die afwending is de hoogste vorm van trouw aan het origineel.

[Verband met mijn meesterproef](#)

Zoals Bloemen vermeldt, heeft onvertaalbaarheid een theoretische en praktische dimensie, net als deze masterproef. We moeten in ons achterhoofd houden dat onvertaalbaarheid een fenomeen is, maar ook een houding. Die laatste kan positief of negatief zijn en je kiest dus hoe je ermee omgaat. Tijdens het vertalen stootte ik op vertaalproblemen, woorden die onvertaalbaar leken. Het ging bijvoorbeeld om Franse adjectieven waarvoor geen Nederlands adjectief bestond, substantieven die in het Nederlands geen echt equivalent hebben, woorden die een specifiekere betekenis hadden dan hun woordenboekvertaling, onduidelijke polysemie, personen of concepten die voor een Nederlands doelpubliek onbekend waren enz.

Zoals we bij Bloemen zagen, zijn er strategieën om met zulke onvertaalbare elementen om te gaan: zich tot lexicale problemen beperken, op culturele verschillen wijzen, er een synonymie- of polysemieprobleem van maken of naar metatalige oplossingen zoeken.

Die strategieën impliceren dat er een oplossing kan worden gevonden, ook al is die niet altijd even voor de hand liggend. De mening van Benjamin klopte dus voor de vertaling van *Le guide des randonnées et voyages à pied*: de onvertaalbaarheid werkte productief en er kwamen creatieve oplossingen. De Franse adjectieven zonder equivalent werden in de Nederlandse vertaling vervangen door substantieven, substantieven zonder eenduidig equivalent werden beschreven en de woorden zonder geschikte, eenduidige woordenboekvertaling kregen een vertaling die in de context paste en onbekende concepten werden geëxpliciteerd. De “onvertaalbare woorden” die op p.47 verzameld zijn, kregen een aangepast titel: “moeilijk vertaalbare woorden”, aangezien “onvertaalbare woorden” de indruk wekt dat er geen vertaaloplossing voor bestaat. Zoals eerder gezegd, is de houding die je aanneemt dus bepalend.

4. Traduire le discours touristique. Langue et style du guide Lonely Planet du Québec.

(Faccin, 2016)

Samenvatting

Toerisme bestaat in verschillende vormen, enkele voorbeelden zijn cultureel toerisme, kuuroordtoerisme, religieus toerisme, schooltoerisme, verantwoordelijk toerisme, avonturentoerisme, zakentoeisme enz. Voor al die soorten toerisme bestaan er reisgidsen die praktische, culturele en historische informatie geven. De ideale reisgids is volledig, praktisch en toegankelijk. De informatie erin moet zo precies mogelijk zijn, want niemand wil op vakantie geld of tijd verliezen en verkeerde keuzes maken. Enkele bekende reisgidsen zijn de *Lonely Planet*, *Guides Bleus*, *Guide du Routard* en *Guide Michelin*.

In toeristische gidsen speelt taal een grote rol, aangezien taal keuzes beïnvloedt en op die manier verre, onbekende plaatsen in interessante vakantiebestemmingen verandert. Ze motiveert de ontvanger door nieuwe, positieve elementen aan te brengen, vertrouwdheid aan te wenden en de sleur van het dagelijkse leven te doorbreken. Vreemde woorden, nieuwe termen, superlatieven worden veelvuldig gebruikt, net als veel herhalingen. In Franse toeristische teksten zijn nominale vormen belangrijk, net als aansprekingen met “nous” en “vous”. Vooral met de doeltaal moet rekening worden gehouden, aangezien de vertaling moet zijn aangepast de eisen van de ontvanger. Daarom worden precisie, duidelijkheid en simpelheid nagestreefd. Reisgidsen bouwen een collectieve fantasie op aan de hand van indrukken en beelden, omdat interesse in eerste instantie voortkomt uit verbeelding. Dat doen ze op drie niveaus: de presentatie van de plaats met alles wat er te zien is, informatie over de plaats met gedetailleerde beschrijvingen en op een passionele manier vertelde verhalen die de ontvanger emotioneel betrekken. Op die manier bereiken ze hun doelen: informeren, overtuigen, aantrekken en bemiddelen tussen de bestemming en de toekomstige toerist.

De gebruikte taal is gespecialiseerd en dus precies, duidelijk, simpel, neutraal, objectief en onpersoonlijk. Ze bevat een onbepaald aantal technische termen met uitleg en illustraties. De lezer verwacht zich namelijk aan makkelijke, weinig gedetailleerde informatie. Normaal gezien gebruiken specialisten van een bepaald domein onder elkaar gespecialiseerde taal, maar ook in didactische situaties of bij de popularisering van bepaalde domeinen komt ze voor.

De vertaling van teksten uit toeristische gidsen heet toeristische vertaling. In dat vertaalproces is de vertaler geen passief figuur, maar een actieve deelnemer met talige en culturele kennis. Hij is de culturele mediator en probeert met specifieke culturele elementen de potentiële toerist iets bij de leren over diversiteit. Die culturele elementen moeten worden vertaald, zodat de lezers de tekst kunnen begrijpen. Dikwijls gebeurt dat door het gebruik van stereotypes: citaten, vergelijkingen en clichébenamingen. Ook de vormen van overtuigend taalgebruik moeten aanwezig blijven om de vertaling hetzelfde effect te laten hebben als de brontekst.

Er zijn volgens Faccin twee essentiële stappen om te beginnen aan zulke vertalingen: de typologie en vertaalkenmerken definiëren en een vertaalstrategie kiezen in functie van de communicatieve situatie. Om de juiste strategie te kiezen, is het nuttig de tekst te bekijken a.d.h.v. Nord's model met extra- en intratekstuele factoren. De extratekstuele factoren zijn de zender, de bedoeling, de ontvanger, het communicatiemiddel, de plaats, het precieze moment, de reden en de functie. De intratekstuele factoren zijn het onderwerp, de inhoud, de specifieke kennis van de auteur, de tekststructuur, paralinguïstische elementen, het lexicale en syntactische niveau en het gebruikte register. Een veelgebruikte strategie in toeristische teksten is “domestication translation”, daarbij wordt de doeltekst voor de lezer zo begrijpelijk mogelijk gemaakt aan de hand van simplificaties en toelichtingen. Een belangrijk idee om in het achterhoofd te houden is dat een vertaling geen perfecte reproductie van de brontekst, maar een volledige en correctie reproductie van de gegeven informatie in de tekst moet zijn. Het mogelijke vertaalprobleem dat niet altijd equivalente termen bestaan in de doeltaal, kan daarmee soms worden opgelost.

Toeristische vertaling is een vorm van gespecialiseerd vertalen. De methodologie van Faccin om gespecialiseerd toeristisch te vertalen, bestaat uit het opstellen van een “domeinboom” en het opstellen van terminologische fiches. De “domeinboom” is een soort van heuristische kaart die de relaties tussen de termen in de tekst verduidelijkt. Die relaties zijn belangrijk aangezien het toerisme termen uit verschillende domeinen bevat, bijvoorbeeld geografie, economie, sociologie en psychologie. De terminologische fiches daarentegen zijn terminologische analyses van termen en vormen de basis voor een goede vertaling. Ze geven per term informatie over het concept in een specifiek domein en over andere verbonden termen. Ze bevatten het woord zelf, het specifieke domein, de grammaticale categorie, het woordgeslacht, de definitie, een voorbeeld, een ontologische illustratie, collocaties en bronnen.

Verband met mijn meesterproef

Le Guide des randonnées et voyages à pieds is een toeristische gids voor avontuurlijk en sportief toerisme, maar er komen ook cultureel en verantwoordelijk toerisme in voor. De gids is atypisch in het opzicht dat hij eerst algemene informatie, zowel positieve als negatieve, geeft over verschillende soorten wandelvakanties en daarna pas de verschillende bestemmingen behandelt.

De bewering van Faccin dat Franse toeristische teksten veel superlatieven, nieuwe positieve elementen, substantieven en “vous” bevatten, lijkt te kloppen, ook al is het maar gedeeltelijk. In delen waarin vooral algemene informatie wordt gegeven over de voorbereiding (mogelijke terreinen en concepten voor een wandelvakantie enz.), bevinden zich minder superlatieven dan in de delen waarin verschillende organisaties worden voorgesteld. De aanspreking van het publiek met “vous” komt wel overal voor, net als het gebruik van substantieven. Die nominale stijl lijkt typisch Frans te zijn en werd in de Nederlandse vertaling niet behouden, aangezien hij niet echt bij het Nederlandse taaleigen past. Het taalgebruik in de gids is precies, makkelijk en duidelijk, net zoals het hoort. Om de teksts nog duidelijker te maken, werden de lange zinnen vaak opgedeeld in kortere zinnen. Ook dat houdt verband met het taaleigen.

Om de strategie uit de tekst te volgen, zou een gedeeltelijke analyse er als volgt uitzien. *Le Guide des randonnées et voyages à pied* werd geschreven door Lacrampe, Delbos, Goupil, Labourdette, Auzias enz. om mensen te informeren die eraan denken om op wandelvakantie of trektocht te gaan. De gids werd in 2016 in Frankrijk gepubliceerd door Petit Futé. De auteurs geven eerst informatie over trektochten in het algemeen en daarna pas over verschillende bestemmingen. Mijn vertaalstrategie in deze masterproef sluit volgens dit werk het meest aan bij de “domestication translation” waarover Faccin spreekt. De vertaling is gemaakt in functie van de Nederlandstalige lezer: culturele elementen werden vertaald en vergelijkingen werden indien nodig aan het doelpubliek aangepast of uitgelegd. Een voorbeeld daarvan is de vertaling van “[...]tel l’artisan bâtissant son ouvrage pierre après pierre[...]”(pp.20): “[...] zoals een metselaar een huis steen per steen opbouwt [...]” (pp.32). De Nederlandse vertaling is specifiek en kan samenhangen met de “bouwneigingen” van de Vlamingen. Toch werden er geen echte grote culturele aanpassingen gedaan.

De methodologie van een domeinboom en terminologische fiche werd niet toegepast, maar lijkt ook niet echt relevant voor deze vertaling, aangezien de terminologie ervan niet zo ontoegankelijk is.

5. Comment traduire le nom propre du français en norvégien ? Le cas de la traduction du guide touristique « Bonjour la Réunion ». (Flaatrud, 2012)

Samenvatting

In haar masterproef bespreekt Flaatrud haar eigen Noorse (onuitgegeven) vertaling van de reisgids *Bonjour la Réunion* en de (ver)taalfenomenen daarin. *Bonjour la Réunion* is een Franse reisgids uit de reeks *Bonjour* van Pélican met als thema La Réunion. De gids is bestemd voor Franse toeristen en bevat informatieve, expressieve en appellatieve tekst. De populaire taal zonder te veel technische en wetenschappelijke termen is goed afgestemd op het brede publiek en de vele adjectieven in de beschrijvende taal dienen om de tekst te verfraaien. Door de waardeoordelen is de auteur duidelijk aanwezig in de tekst.

Hoewel dat misschien wel wordt verwacht, zijn de kenmerken van de vertaling niet noodzakelijk dezelfde als die van de brontekst. De functie van de tekst wordt wel behouden, de auteur blijft zichtbaar en de stijl verandert niet echt. De bestemmelingen veranderen echter wel: aangezien deze vertaling een niet-gepubliceerde tekst is, zijn de bestemmelingen potentiële lezers van de volledige gids in het Noors, dus waarschijnlijk Noren. In Noorwegen is de cultuur anders dan in Frankrijk, dus daarmee moet worden rekening gehouden. Noren hebben niet dezelfde achtergrondkennis (bijvoorbeeld over het Franse koloniale verleden) en ze bevinden zich verder van La Réunion, waardoor de reis duurder is. Bovendien is het eiland in hun cultuur relatief onbekend en spreken de meeste Noren geen Frans, de voertaal op het eiland. Om verschillende van die redenen, kunnen we dus aannemen dat het potentiële doelpubliek redelijk rijk en hoogopgeleid is. Het idee dat de vertaler over zijn potentiële doelpubliek heeft, bepaalt de keuzes in het vertaalproces. In dit geval koos de vertaler voor duidelijke taal, waarbij de lezer toch niet onderschat wordt, en “langue soutenue”, een hoger register.

Vertalen is niet woorden van de brontaal naar de doeltaal overbrengen, maar een boodschap of een idee met de talige middelen naar de doeltaal overbrengen. De vertaler mag dus niet aan woorden blijven vasthangen, maar moet proberen te begrijpen en weer te geven wat de auteur wil zeggen. Concreet wordt een woord of teken uit de brontaal omgezet in een concept of idee dat daarna wordt uitgedrukt in een woord of teken in de doeltaal. Om dat te kunnen doen, heeft de vertaler uitstekende kennis van de twee talen en culturen nodig. Tussen de teksten kan de grammaticale structuur of zinslengte verschillen, omdat de manier om iets uit te drukken eigen is aan een taal.

Flaatrud vindt drie niveaus terug in de tekst. Op niveau nul bevinden zich de monoseme woorden, zoals technische termen, data, cijfers en eigennamen. Die woorden kunnen normaal gezien dadelijk worden vertaald zonder voorgaande intellectuele analyse. Op niveau één bevinden zich woorden waarvan de betekenis van de context afhangt, de vertaler zoekt het woord dat normaal door de moedertaalsprekers van de doeltaal wordt gebruikt om dezelfde realiteit uit te drukken. Op niveau twee bevinden zich woorden die contextueel gerecreëerd moeten worden omdat ze geen echt equivalent hebben in de doeltaal. Het is belangrijk dat het idee achter het woord blijft behouden en dat de vertaler zich documenteert.

Bij het vergelijken van het origineel en haar vertaling vallen Flaatrud enkele verschillen tussen de twee op. Om niet te veel onbekende elementen te hebben in de allereerste zin, laat ze (niet-essentiële) informatie weg, terwijl ze bij onduidelijke elementen net informatie toevoegt of expliciteert.

Lange zinnen met meerdere ondergeschikte bijzinnen zijn typisch voor het Frans, maar niet voor het Noors. In die bijzinnen is het vaak moeilijk om de verbanden tussen de samenhangende elementen te behouden. Daarom werd aan de structuur van de zinnen gesleuteld: lange Franse zinnen werden kortere Noorse zinnen. Toch gebeurde het soms ook in de omgekeerde richting: in bepaalde gevallen werden om redenen van coherentie korte Franse zinnetjes samengevoegd tot één Noorse zin. Bovendien bleven de woordsoorten niet altijd hetzelfde, “de France” (van Frankrijk) werd zo vervangen door het adjectief “franske” (Frans). In het origineel komt de *présent historique* voor om historische passages te beschrijven, dat is het gebruik van de tegenwoordige tijd om een actie in het verleden aan te geven. Aangezien dat fenomeen in het Noors ongebruikelijk is, gebruikte Flaatrud de gebruikelijke verleden tijden. Ze benadrukt dat de ongebruikelijke vertaling ook mogelijk zou zijn, maar enkel als die consequent wordt toegepast.

De visie dat er bij vertaling altijd culturele aspecten verloren gaan, kan worden ontkracht met de argumenten dat vertaling een verrijking is voor de lezers die het origineel in de brontaal niet kunnen lezen en dat de vertaler altijd meer kan expliciteren om minder verloren te laten gaan. In *Bonjour la Réunion* staat er bijvoorbeeld vaak “case” in plaats van “maison” (huis) en de Fransen begrijpen dat woord vanuit het Spaans, maar de Noren niet. Een korte uitleg volstaat om dat element niet verloren te laten gaan voor de Noren.

De vertaling van eigennamen vormde de grootste uitdaging. In veel gevallen worden de eigennamen behouden, al dan niet mits fonetische aanpassingen, en dat zorgt voor couleur locale. Antroponiemen en culturele referenties worden vaak behouden, terwijl toponiemen vaker worden vertaald. Die vertalingen zijn vaak letterlijk, zoals “Louis XIII” die “Ludvik XIII” wordt, maar soms hebben ze een andere nadruk, zoals “St-Paul” en “Saint-Paul” of een verschillende benaming “la Grande Guerre” (Grote Oorlog) en “Første verdenskrig” (Eerste Wereldoorlog). Soms worden culturele referenties ook vervangen door equivalenten uit de doelcultuur.

Tussen het Noors en het Frans vielen er ook nog grammaticale verschillen in verband met eigennamen op. In het Noors benoemt men toponiemen zonder lidwoord, bijvoorbeeld Belgia (België) en in Frankrijk hebben toponiemen een bepaald lidwoord bij zich, bijvoorbeeld la Belgique (België). Ook bij antroponiemen is dat het geval: in het Noors spreekt men van “General de Gaulle” en in het Frans van “le Général de Gaulle”. Om een bezit uit te drukken, is er minder verschil: het Frans gebruikt altijd “de”, het Noors kan kiezen uit “de” of een genitief-s. Na een grondige analyse van de bron- en doelttekst blijkt dat de teksten ondanks de verschillen allebei ongeveer even lang zijn en evenveel zelfstandige naamwoorden bevatten.

Verband met mijn masterproef

Er zijn meerdere parallellen te trekken tussen de masterproef van Flaatrud en die van mij. Ten eerste vertalen we allebei een deel van een Franstalige reisgids. Beide gidsen bevatten populair taalgebruik zonder te veel wetenschappelijke en technische termen. Hoewel mijn doelpubliek niet Noors is, moet ik toch ook rekening houden met cultuurverschillen. België ligt wel dichterbij Frankrijk en veel Nederlandstaligen spreken een woordje Frans, maar dat betekent niet dat er geen verschillen zijn. Zo is la Réunion in België ook niet zo bekend als in Frankrijk door het verschillende koloniale verleden. Ook in mijn vertaling van *Le Guide des randonnées et voyages à pied* zijn de verschillende niveaus terug te vinden. Niveau nul: in de gids komen veel jaartallen, leeftijden, hoogtemeters, telefoonnummers en adressen voor. Die konden onmiddellijk en zonder veel denkwerk worden vertaald, maar bij de telefoonnummers en adressen was het wel belangrijk om de standaarden van de doelcultuur te volgen. De Franse telefoonnummers werden met +33 aangevuld en in het adres werd het huisnummer van voor de straatnaam naar achter verplaatst. De meeste andere woorden zijn te categoriseren onder niveau één, hen zocht ik op in het woordenboek of in m'n parate kennis. Voorbeelden zijn “équipement”, “sortie”, “accessibilité” enz.

Een aantal moeilijk vertaalbare woorden uit de lijst van vertaalmoeilijkheden (p.47) behoren tot niveau twee. “Randonnée itinérante” (rondreis) en “espace dédié” (bezoekerscentrum) zijn voorbeelden daarvan.

Net zoals er verschillen zijn tussen de Noorse vertaling en het Franse origineel van *Bonjour la Réunion*, zijn er natuurlijk ook verschillen tussen de Nederlandse vertaling en het Franse origineel van *Le guide des randonnées et voyages à pied*. Bij mijn vertaling is er geen informatie weggelaten, maar de talige structuur is wel veranderd. Meestal werden de lange, ondergeschikte Franse zinnen in kortere zinnen opgesplitst, maar soms gebeurde ook het omgekeerde om de samenhang tussen de zinnen duidelijker te maken, net als bij Flaatrud. De woordsoorten bleven zeker niet altijd behouden, soms had het bewuste woord zelfs geen equivalent in dezelfde woordsoort, bijvoorbeeld bij “technisch veeleisend (adjectief) als vertaling voor “exigence technique” (substantief).

Het verschil in gebruik van lidwoorden bij toponiemen tussen het Noors en het Frans, is hetzelfde als tussen het Nederlands en het Frans. Ook in het Nederlands spreken we van België in plaats van “het België” (la Belgique). Bezit uitdrukken gebeurt evenzeer op dezelfde manier: met van of met een genitief-s.

Van moeilijkheden om eigennamen te vertalen, was er niet echt sprake. Meestal bestond op internet al wel een vertaling en anders werd de Franse naam behouden. De bestaande vertalingen waren vaak wat Flaatrud letterlijk noemt, bijvoorbeeld “Regionaal Natuurpark van Brière” voor “Parc naturel régional de Brière”.

6. Traduction du discours touristique. Un cas d'étude : le guide Relais & Châteaux (Peja, 2016)

Samenvatting

In haar masterproef analyseert Peja de Italiaanse vertaling van het deel over Frankrijk in de Franstalige reisgids *Relais & Châteaux 2016*. Daaraan vooraf bespreekt ze vertalen, zowel het proces als het product, en toeristische communicatie.

Vertaling is belangrijk voor de toeristische sector, omdat talen er alomtegenwoordig zijn. Aangezien toerisme steeds belangrijker wordt, is er ook een steeds grotere vraag naar specialisatie. Daarvoor zijn vertalers nodig die over de nodige talige, sociale, pragmatische en commerciële vaardigheden beschikken. Om verschillende werelden met elkaar te verbinden en daarbij aan de noden van potentiële klanten tegemoet te komen, worden namelijk niet enkel communicatiestrategieën gebruikt. Vertaling is zowel een proces als een product en heeft dus een dynamische als statische dimensie. Naast een talige aard heeft het fenomeen ook een culturele aard. Bovendien is het belangrijk dat het product vertaling geen perfecte kopie, maar een reproductie is die is afgestemd op de verwachtingen van de lezer en de eisen van de doeltaal, bijvoorbeeld leesbaarheid, coherentie, duidelijkheid en verstaanbaarheid.

Peja bespreekt vier soorten vertaling: interlineaire, letterlijke, filologische en pragmatische vertaling. Bij interlineaire vertaling wordt de tekst woord per woord gereproduceerd zonder in de volledige tekst te kijken of de gebruikte woorden erin passen. Bij letterlijke vertaling gebruikt de vertaler lexicaal en grammaticale equivalenten zonder meer. Filologische vertaling hangt samen met het stijleffect dat de woorden hebben, maar dat kan bij de lezer als artificieel aanvoelen. Pragmatische vertaling is op de lezer afgestemd en probeert alle dimensies op elkaar af te stemmen. De laatste soort heeft de voorkeur.

Tijdens het vertaalproces van toeristische teksten (om tot een vertaalproduct te komen) komt de vertaler met problemen van verschillende aard in aanraking. Er zijn vier niveaus: linguïstische, tekstuele, pragmatische en tekstspecifieke problemen. Zo is het mogelijk dat er in de doeltaal geen equivalent of zelfs geen referent voorhanden is, terwijl die er in de brontaal wel was. Het zijn toch vooral het culturele karakter en de eigenheid van de taal die voor problemen zorgen. Mensen uit verschillende culturen hebben nu eenmaal andere gewoontes en andere kennis. Daardoor kan de tekst een ander effect hebben en kunnen sommige impliciete indicaties niet worden begrepen.

De eigenheid van de taal is ook een logische moeilijkheid: verschillende talen worden op een andere manier gebruikt, hebben andere formele en semantische regels en duiden de realiteit op een andere manier aan. Wanneer de doeltaal bijvoorbeeld meer woorden nodig heeft om iets te zeggen dan de brontaal, moeten soms selectieve keuzes worden gemaakt over wat wordt behouden en geschrapt, omdat er gewoon niet meer plaats is. Ook de combinatie van een monosemische en een polysemische taal leidt tot moeilijkheden, net als synoniemen, antoniemen, hyperoniemen en andere soortgelijke relaties. Ze kunnen leiden tot gedeeltelijke vertalingen of een verarmde semantiek van de tekst. Als een woord eenvoudigweg niet bestaat in de doeltaal, kunnen die relaties worden gebruikt om een alternatief te zoeken dat bij benadering hetzelfde inhoudt, meestal een hyperoniem of beschrijving. In de meeste gevallen wordt een semantische vertaling verkozen boven een stilistische vertaling en is een woord-voor-woord vertaling niet op zijn plaats, het is beter om voor een equivalent in de doelcultuur/-taal te kiezen.

Eigennamen zijn een geval apart, ze zijn puur referentiële woorden die een element uit de realiteit aanduiden zonder per se naar een concept te verwijzen. Het beste is om ze niet te vertalen, aangezien er morfologische, fonologische, grafische en syntactische verschillen spelen in het talenpaar. Een equivalent in de doeltaal zoeken is geen goed idee, aangezien de lezer de woorden in de realiteit ook in de originele vorm zal tegenkomen. Het is dus beter om gebruik te maken van leenwoorden, daardoor is er wel sprake van exotisering.

Om de problemen op te lossen, gebruikt de vertaler micro-strategieën die aangepast zijn aan de macro-strategie voor de hele tekst. De macro-strategie wordt in de eerste plaats bepaald in functie van de intertekst, de redactionele modellen, de cognitieve inhoud, het specialisatieniveau, de structuur, de paralinguïstische elementen, de lexicale en de syntactische kenmerken. Aan de hand daarvan bepaalt de vertaler binnen welk genre zijn vertaling moet passen en daarna begint hij aan een kritische lezing om problematische elementen te onderscheiden en die in categorieën in te delen. In de tweede plaats is er de interlinguale vertaling: het herschrijven van de originele tekst aan de hand van micro-strategieën. Die zijn een compromis tussen de inhoud en de taal- en cultuurgebonden stijl. Om dat allemaal te kunnen, moet de vertaler met de vier lagen van vertaling kunnen omgaan: woordverklaring, stilistische interpretatie, schrijfconventies van de doeltaal en tekstorganisatie. Over de betekenis van woorden moet worden nagedacht, ze moeten in de context van de hele tekst worden bekeken.

De stijl moet worden behouden, tenzij de verwachtingen van het doelpubliek anders zijn. Het volgen van de conventies in de doeltaal zorgt voor een geperfectioneerde vertaling. Ook de coherentie van een tekst is belangrijk, toch houdt vertaling altijd in dat de precisie een beetje verloren gaat. De competenties die een vertaler nodig heeft zijn talenkennis, kennis van culturele systemen, communicatieprincipes, sociale regels, methodes en strategieën enz.

Toeristische communicatie heeft drie doelen: de lezers een bestemming leren kennen, hen ervan laten houden én ertoe aanzetten om er naartoe te gaan. De gebruikte tekst moet esthetisch en origineel zijn om de emotie te kunnen overbrengen en zo te “verkopen”. Ze hebben een informatieve, argumentatieve en symbolische functie. Typische kenmerken zijn de vele adjectieven, nominalisering, bijstellingen, personificaties, superlatieven en hyperbolen, allemaal met het doel om te idealiseren.

In de analyse van het parallelle Frans-Italiaanse corpus is er aandacht voor de teksten zelf en voor de problemen erbinnen. Er wordt veel nadruk gelegd op hoe belangrijk leesbaarheid, toegankelijkheid en acceptabiliteit zijn. In de taaluitingen zijn verschillende strategieën waarneembaar. Met de vergelijkende methode worden gelijkenissen in de verf gezet, daardoor wordt de tekst als minder vreemd ervaren en wordt de begrijpelijkheid gestimuleerd. Door “keying” valt de authenticiteit op, door “linguaging” wordt de bestemming als unieker ervaren. Om alles geloofwaardiger te maken, zijn er getuigenissen (“pratique du testimony”). De vertaalproblemen zijn in drie categorieën verdeeld: linguïstisch, tekstueel en pragmatisch. Op linguïstisch vlak gaat het om voorzetsels die verschillen tussen de talen, substantieven die niet in beide talen bestaan, vergelijkingen die niet behouden kunnen blijven, maar vooral over woordenschat. Op tekstueel vlak heeft de vertaler vaak vereenvoudigd om de tekst duidelijker te maken, verder heeft hij de punctuatie aan de doeltaal aangepast, maar het meest opvallende is dat de afstand tot de lezer is veranderd. Het bezittelijk voornaamwoord is dikwijls weggelaten of door een bepaald lidwoord conform met het Italiaanse taaleigen vervangen, daardoor wordt de afstand tot de lezer groter. Pragmatische problemen gingen vooral over de omgang met namen: eigennamen bleven meestal behouden, voor toponiemen was er geen eenduidige aanpak en dat leidt tot onduidelijkheid.

Verband met mijn meesterproef

De vertaling van *Le guide des randonnées et voyages à pied* is geen perfecte anderstalige kopie van de reisgids, maar eerder een herschrijving in een andere taal. Als je de twee versies op of naast elkaar zou leggen, zou namelijk duidelijk worden dat bijvoorbeeld de interpunctie en zinslengte veranderd zijn in functie van het Nederlands en de verwachtingen van de lezer (onder andere leesbaarheid, coherentie, duidelijkheid en verstaanbaarheid). Mochten die “aanpassingen” niet zijn gebeurd, dan stonden in de vertaling allemaal stroeve zinnen die voor Nederlandstaligen moeilijk leesbaar waren. Het doel bij het vertalen was niet om een woord voor een woord weer te geven of om hetzelfde stijleffect te krijgen, maar om alle of toch zo veel mogelijk dimensies op elkaar af te stemmen. Zo een vertaling noemt Peja een pragmatische vertaling en die heeft volgens haar de voorkeur. Verder is de vertaling ook eerder semantisch dan stilistisch met het oog op leesbaarheid, toegankelijkheid en acceptabiliteit voor de lezer in de doelcultuur.

Zoals in elke andere vorm van toeristische communicatie zijn er drie doelen te onderscheiden, maar aangezien in het *Carnet du randonneur* niet echt een bestemming wordt aangeprezen, is er toch een verschil met “gewone reisgidsen”. In plaats van de lezer een bestemming te laten leren kennen, ervan te laten houden en aan te zetten om er naartoe te gaan, is de bedoeling van de gids om de lezer te informeren over (de voorbereiding) wandelvakanties, hem ervan te laten houden en aan te zetten om het zelf te doen onder een van de beschreven vormen. De eigenlijke bestemming met bezienswaardigheden moet erna nog worden gekozen.

Net als elke vertaler stootte ik tijdens het vertalen op problemen, ook al spreek ik zelf liever van moeilijkheden. Die kunnen in de categorieën van het bovenstaande artikel worden onderverdeeld: linguïstische, tekstuele, pragmatische en tekstspecifieke problemen. De moeilijkheden hingen vooral samen met het gebrek aan een echt equivalent in de doeltaal, het syntactische taalverschil of andere voorkennis van het doelpubliek.

Van pragmatische problemen in verband met de vertaling van eigennamen en toponiemen was er door een vooraf bepaalde, eenduidige strategie niet echt sprake. Eigennamen (bijvoorbeeld van de professionele organisaties) bleven gewoon behouden, anders zouden de lezers moeilijkheden krijgen om de organisaties terug te vinden. Bij toponiemen hing de aanpak van de soort af: namen van steden enz. bleven gewoon behouden - tenzij er een geijkte Nederlandse vertaling bestond - terwijl de namen van parken enz. gedeeltelijk werden vertaald.

Zo werd “Parc naturel régional de Brière”, “Regionaal Natuurpark van Brière” naar analogie met een Nederlandstalige toeristische website.

In Peja’s analyse van de parallelle teksten viel vooral de observatie in verband met de bezittelijke voornaamwoorden op: in de Italiaanse vertaling was het bezittelijk voornaamwoord vaak weggelaten of vervangen door een bepaald lidwoord, waardoor de afstand tot de lezer groter werd. Ook in mijn Nederlandse vertaling zijn een aantal bezittelijke voornaamwoorden vervangen door lidwoorden, omdat dat in het Nederlands logischer en “mooier” was. Over de precieze oorzaak daarvan was er niet echt literatuur te vinden.

7. Stijlvol vertalen / Traduire avec style (Surewaard, 2014)

Samenvatting

Nederlands en Frans zijn twee talen met heel wat verschillen. In zijn boek legt Surewaard wat algemene regels uit om stijlvol te vertalen van het Nederlands naar het Frans.

In het Frans is het substantief veel belangrijker dan in het Nederlands. Daardoor worden Nederlandse werkwoorden, adjectieven, voorzetsels, voornaamwoorden enz. in de Franse vertaling vaak met een substantief weergegeven. Ze vertalen met dezelfde woordsoort zou in de meeste gevallen niet fout zijn, maar wel als “onfrans” en simplistisch worden beschouwd. Het Frans heeft ook een strakkere woordvolgorde: het onderwerp, het gezegde en de bepalingen, terwijl de Nederlandse zin gewoon met bijvoorbeeld een voorzetsel kan beginnen.

Het voegwoord is in het Frans minder belangrijk, het wordt zelfs zo veel mogelijk vermeden omdat het als log en onfraai wordt beschouwd. Vaak kiezen de Fransen voor de duidelijkheid voor één hoofdzin. Het is wel belangrijk dat de betekenis van de zin toch blijft behouden wanneer het voegwoord wegvalt. Dat gebeurt door werkwoorden en substantieven te gebruiken. “Omdat hij niet gekomen is, heb ik hem vervangen”, wordt best vertaald met “Son absence m’a amené à le remplacer” (pp.16). Het Nederlands gebruikt vaak bijwoorden als satelliet van het werkwoord, in tegenstelling tot het Frans, waarin bijwoorden vaak in de werkwoorden zitten vervat. “Het werk sneller doen” wordt zo “accélérer le travail” (pp.23).

Door het strakkere zinschema in het Frans, kan een zin niet met een voorzetsel beginnen, ook al is dat in het Nederlands wel het geval. Bovendien is de betekenis van de voorzetsels vaak afgezwakt, omdat er meer betekenis in de werkwoorden en/of substantieven zit, en het voorzetsel fungeert als opvulling daartussen. “De vogel op de tak zingt” wordt “l’oiseau perché sur la branche chante” (pp.29).

Het gebruik van betrekkelijke, persoonlijke en aanwijzende voornaamwoorden is afwijkend tussen beide talen. Een “letterlijke” vertaling is bijna altijd mogelijk, maar vaak stemt die niet overeen met het Franse taaleigen dat substantivering verlangt. “De mensen met wie ik heb gesproken” wordt vertaald met “mes interlocuteurs” (pp.35). Het Nederlands gebruikt vaker een bezittelijk voornaamwoord, terwijl het Frans op die plaats eerder voor een bepaald lidwoord kiest.

De Franse werkwoorden “être, faire, mettre, dire, voir, avoir, devenir, rendre” zijn te vermijden, omdat ze kleurloos zijn. Ze staan stilistisch ook laag aangeschreven. Net als dat men verkiest om die vormen te vermijden, verkiest men ook de actieve vorm boven de passieve vorm. In veel gevallen is het beter om de vorm om te buigen, dus passief te vervangen door actief. Terwijl het Nederlands vaak de voorlopige onderwerpen “er” en “het” gebruikt, geeft het Frans meestal de voorkeur aan concrete, persoonlijke onderwerpen. In weersuitdrukkingen en administratief taalgebruik, wordt wel het voorlopig onderwerp “il” gebruikt.

Op het gebied van de nevenschikking wordt “en” vaak niet vertaald met “et”. “Maar” en “want” worden ook vaak vermeden en vervangen door een komma. Verder verandert bij de vertaling het perspectief tussen Nederlands en Frans dikwijls. Waar in het Nederlands iemand iets krijgt, wordt hem dat in het Frans vaak gegeven. “Ik hou van dat werk”, kan bijvoorbeeld “Ce travail me plaît” (pp.73) worden.

Er is ook nog algemeen advies om naar het Frans te vertalen, dat advies is gebruikelijk, maar niet noodzakelijk. Het onderwerp staat aan het begin van de zin, het bezittelijk voornaamwoord wordt best door een bepaald lidwoord vervangen, voorzetsels en voegwoorden worden indien nodig vervangen. Bijzinnen en adjectieven worden best door substantieven vervangen. Het is beter om te zorgen voor minder bijzinnen en om adjectieven en deelwoorden die de zin afsluiten te “stofferen”. Bijvoorbeeld “Ik heb de gelezen brieven weggegooid” → “J’ai jeté les lettres que j’avais lues” (pp.69). Een bepaling van gesteldheid hoort in het Frans aan het einde van de zin, tenzij als die redengevend is en in het Frans komen meer personificaties voor dan in het Nederlands, d.w.z. dingen die handelen als personen.

Clichéwoorden zijn te vermijden, net als modale hulpwerkwoorden. Bijwoorden die om -ment eindigen, kunnen eventueel worden vervangen door “avec” en een substantief, bijvoorbeeld “avec promptitude”(pp.71).

Verband met mijn masterproef

Mijn masterproefvertaling was van het Frans naar het Nederlands, het omgekeerde dan waarover Surewaard tips geeft, maar zijn tips kunnen omgekeerd worden toegepast. Door de vrije volgorde van het Nederlands, die er in het Frans niet is, moet er tijdens het vertalen niet aan de woordvolgorde worden vastgehouden.

Het Frans geeft zo veel mogelijk met substantieven weer, het Nederlands niet. Dat betekent dat dus niet elk Frans substantief met een substantief moet worden vertaald. Hij heeft het ook over het feit dat het Frans minder bijzinnen gebruikt dan het Nederlands. In mijn vertaling zijn een aantal lange Franse zinnen vertaald in meerdere Nederlandse zinnen, daardoor bevatten ze net minder bijzinnen. In Nederlandse vertalingen is het belangrijk om voegwoorden toe te voegen om de verbanden duidelijk te maken, aangezien het Frans meer betekenis stopt in de omringende werkwoorden en substantieven. “En” wordt volgens Surewaard vaak niet vertaald met “et”. In mijn vertaling viel het op dat er vaak “ou” stond in plaats van “et” en dus bijgevolg moest worden vertaald met “en” in plaats van “of”. In bepaalde gevallen voegde ik ook zelf voegwoorden toe, omdat het Frans gewoon komma’s gebruikt, maar de daardoor aangeduide verbanden niet helemaal duidelijk zouden zijn voor het Nederlandstalige publiek.

Surewaard beweert dat Nederlandse bezittelijke voornaamwoorden in het Frans dikwijls door bepaalde lidwoorden worden vervangen. In mijn vertaling ben ik net het omgekeerde tegengekomen: “randonner avec votre chien” werd bijvoorbeeld “met een hond wandelen”.

Zogenaamde clichéwoorden altijd vermijden is naar mijn mening niet altijd een even goed idee. Een reisgids is voor een heel breed publiek bestemd en iedereen zou makkelijk moeten kunnen volgen, soms helpen clichéwoorden daarbij. Door allerlei ingewikkelde constructies te verkiezen, wordt het moeilijker voor het publiek om de reisgids te lezen. Om het lezen vlotter te laten verlopen heb ik passief een aantal keren door actief vervangen en ook het perspectief veranderde soms zonder de betekenis of rollen te veranderen. Een voorbeeld uit mijn vertaling is de volgende zin: “ Les soins à apporter à l’âne sont simples et une démonstration est faite par l’ânier avec votre gracieuse participation, la veille ou le jour même de votre départ en randonnée. » (pp.13) De vertaling luidt: “Een ezel is makkelijk te verzorgen. De avond voor vertrek of de dag zelf toont de ezelhouder met uw hulp hoe de ezel moet worden verzorgd.” (pp.15) De passieve zin is actief geworden, de woordvolgorde is veranderd en de zin is opgesplitst.

8. Caractéristiques textuelles du discours touristique : une étude comparative des substantifs valorisants dans des brochures touristiques wallonnes et flamandes (Carron, 2015)

Samenvatting

Toerisme is een sociaal, cultureel en economisch fenomeen waarbij personen zich uit hun dagelijkse omgeving verplaatsen voor hun werk, voor hun plezier of om nog andere redenen. Het fenomeen speelt een steeds grotere rol in de wereldeconomie, ook in België, waar het 109.500 jobs zorgt, zo'n 2,4% van alle jobs. Door de waarde van het toerisme verschijnen er steeds meer toeristische teksten. Die teksten bevatten toeristisch discours: taalgebruik dat op een monologische, multistrategische manier tijdloze, euforische en bijna magische boodschappen overbrengt. Het is essentieel in de zin dat toerisme niet zou kunnen bestaan zonder toeristisch discours.

Eigenschappen die toeristische teksten met andere teksten delen, zijn de functie, de structuur, het gebruik van de tijden en het magische aspect. Toeristische teksten hebben verschillende functies. Bij de emotionele functie probeert de auteur van de tekst de gedachten, gevoelens en meningen van de lezers te beïnvloeden. De conatieve functie dient om te overtuigen en te beïnvloeden, vaak aan de hand van woordenschat of imperatieven. Bij de referentiële functie zijn de inhoud en de context van groot belang, het belangrijkste doel is de lezer informeren. De fatische functie is er om de communicatie tot stand te brengen, te verlengen, te onderbreken en om te controleren of de communicatie nog goed verloopt. Bij de poëtische functie gaat het om de vorm: door woordspelingen, rijm, metaforen enz. wordt de tekst een esthetisch object. Die zes functies bevinden zich over het algemeen in alle toeristische teksten, maar de emotionele en conatieve functie hebben de overhand. Bij de structuur gaat het vooral om aandacht trekken, informatie geven die de lezer bevalt, daardoor de interesse van de lezer vasthouden en hem laten overgaan tot actie.

Als je leest of schrijft over toerisme, reis je door de tijd, vaker door de (nabije) toekomst dan door het verleden. Het accent wordt op authenticiteit, oudheid en geschiedenis gelegd. Het doel is ontsnappen uit de dagelijkse sleur. Het magische aspect maakt deel uit van reclamestrategieën, het dient om te overtuigen: door de lezer te "betoveren", krijgt hij een positief beeld en voelt hij de behoefte om te reizen naar het "paradijs". Dat paradijs is een magische plek.

Specifieke eigenschappen van toeristisch discours zijn de anonimiteit van de schrijver, het monoloog, de euforie en de tautologieën. De auteur van de tekst is niet duidelijk gedefinieerd, behalve bij blogs, en blijft dus op zekere hoogte anoniem bij de lezers. Niemand weet welk geslacht, welke achtergrond of welke leeftijd de verteller heeft. De communicatie komt maar van een kant, aangezien hij of zij een monoloog voert. De euforie komt tot uiting door het gebruik van superlatieven, foto's, termen die waardering laten blijken enz. De tautologie zit in het feit dat mensen reizen om te zien of hun beeld met de werkelijkheid overeenkomt en niet om te zien of de werkelijkheid met hun beeld overeenkomt.

De meest gebruikte substantieven in toeristisch discours hebben te maken met architectuur, landschap, kunst, materiaal, cultuur, archeologie, civiele entiteiten zoals steden en pelgrimage. Er wordt ook veel gebruik gemaakt van affectieve en evaluatieve woorden. Affectieve woorden proberen een emotionele reactie uit te lokken, evaluatieve woorden proberen een evaluatie uit te lokken. De laatste soort is nog onderverdeeld in twee soorten: axiologische en niet-axiologische evaluatieve woorden. Axiologische woorden brengen een waardeoordeel met zich mee en bevatten een dubbele subjectiviteit, niet-axiologische woorden geven daarentegen een kwalitatieve of kwantitatieve evaluatie.

Er zijn verschillende tekstsoorten die toeristische informatie geven, zoals reisverhalen, brochures, gidsen, woordenboeken voor reizigers, maar die worden allemaal bedreigd door het internet. Onder de tekstsoorten is er een onderscheid tussen promotionele en niet-promotionele teksten. Promotionele teksten dienen om een relatie te creëren, het publiek wordt direct en in makkelijk spreektaal aangesproken, voorbeelden zijn catalogi en brochures. Niet-promotionele teksten zijn puur informatief en gericht op het grote publiek, voorbeelden zijn gidsen. Gidsen verschillen nog van brochures in de volgende punten: ze informeren vooral, de uitgevers hebben geen belangen in het feit dat de lezers naar de plaatsen gaan of niet en ze hebben een prescriptieve functie.

In haar eigenlijke onderzoek analyseerde Carron zes toeristische brochures, twee Waalse en vier Vlaamse, van allemaal verschillende zenders. De brochures werden allemaal uitgegeven tussen 2010 en 2015 en waren dus allemaal recent. Ze identificeerde de substantieven waaruit waardering blijkt en classificeerde hen volgens categorieën. Elk substantief werd in zijn context bekeken en geanalyseerd. Daaruit werden algemene tendensen voor het Frans en het Nederlands afgeleid. Uit de analyse bleek dat de Waalse brochures meer substantieven met een waardeoordeel gebruiken dan de Vlaamse en dat in verschillende gradaties.

In de Vlaamse teksten waren er niet veel verschillen op het gebied van subjectiviteitsniveau of frequentie van bepaalde van die woorden. Vooral de euforie en de magie speelden een grote rol in alle teksten.

[Verband met mijn masterproef](#)

Le guide des randonnées et voyages à pied is een niet-promotionele reisgids. Hij schetst een objectief beeld en legt uit hoe toeristen zich kunnen of zelfs moeten voorbereiden op een trektocht, hij is dus prescriptief. De verteller is anoniem, we weten niets over zijn/haar achtergrond, leeftijd, reiservaringen enz. Hij/zij voert als het ware een monoloog op, want de communicatie komt maar van een kant. Omdat het in het *Carnet du randonneur* gaat over de voorbereiding op wandelvakanties, is de gids eerder geschreven in de tegenwoordige tijd dan in de (nabije) toekomstige tijd.

Zoals bij veel toeristische teksten is de referentiële functie de belangrijkste functie in de tekst: het belangrijkste doel van de tekst is namelijk informeren. In het door mij vertaalde deel van het boek is dat informeren over mogelijke wandelvakanties en hun voorbereiding. Er kwamen ook enkele conatieve boodschappen voor met imperatieven. De poëtische functie was minder aanwezig: het is niet de bedoeling dat de gids een soort schoonheidsobject is, toch zijn er enkele metaforen aanwezig in de tekst. Hun functie was eerder de uitleg verduidelijken voor de lezer dan mooi zijn. Aangezien de gids vooral is bedoeld om breed en objectief te informeren over wandelvakanties, is de emotionele functie niet echt aanwezig. Bij alle mogelijkheden en voorbereidingstips worden namelijk zowel positieve als negatieve elementen aangehaald zonder pogingen te doen om de lezer te overtuigen.

Tautologieën en magie ontbreken in de tekst, je krijgt namelijk geen sprookjesachtig beeld, maar echte info over verschillende terreinen, de voorbereiding, wandelen met kinderen enz. De gids bevat niet veel evaluatieve woorden of ze zijn me in elk geval niet opgevallen. Ook bevat hij niet echt euforische elementen, behalve enkele mooie foto's. Dat is allemaal toe te schrijven aan het feit dat de gids echt een informatief doel heeft.

9. Analysing common mistakes in translation of tourist texts (Spanish, English & German)

(Durán Muñoz, 2012)

Samenvatting

Bij toerisme is er op verschillende vlakken direct contact tussen twee culturen, toeristisch taalgebruik koppelt de twee culturen aan elkaar. In een wereld met steeds meer toerisme is er nood aan toeristische teksten en vertalingen die van hoge kwaliteit zijn om ervoor te zorgen dat de communicatie efficiënt en duidelijk verloopt.

Ondanks het belang van toeristische teksten bevatten ze dikwijls fouten op het gebied van spelling, conceptuele informatie, zijn ze verkeerd aangepast, geven ze niet genoeg informatie of ... Een van de redenen daarvoor is het feit dat toeristische vertalingen door de meeste overheden, reisagentschappen en bedrijven worden onderschat. Zij bestellen vertalingen bij ondeskundige vertalers of mensen die een vreemde taal beheersen, maar geen vertaalervaring hebben. Die “vertalers” werken aan lagere tarieven en in een kortere tijdspanne, waardoor het in zulke vertalingen aan kwaliteit, professionaliteit en expertise ontbreekt. Daardoor voldoen ze vaak zelfs niet aan de vereisten van de Europese norm in verband met vertaalcompetenties. Het is nochtans belangrijk dat de speciale eigenschappen en conventies van een taal in de andere taal worden overgezet, ook al zijn ze vaak cultureel verschillend. Die overzetting kan enkel gebeuren door een professionele, deskundige vertaler die veelvoorkomende fouten vermijdt.

De typische eigenschappen van toeristisch taalgebruik situeren zich op drie niveaus: het lexicale, het syntactische en het functionele niveau. Lexicale eigenschappen zijn het gebruik van positieve adjectieven om de tekst mooier te maken en wat meer aanzien te geven, net als het gebruik van superlatieven. Verder wekken zorgvuldig uitgekozen woorden en “languaging” verwachtingen bij de lezer. Soms zorgen culturele verwijzingen, zogenaamde realia, wel voor problemen. Veelvuldig gebruik van nominalisering en imperatieven is net als de veelvoorkomende tegenwoordige tijd een typische syntactische eigenschap. Op het functionele niveau speelt de referentiële functie de grootste rol, aangezien een toeristische tekst vooral informeert en beschrijft. De persuasieve functie speelt ook nog een grote rol en de expressieve functie is ook aanwezig. Die laatste wordt vervuld aan de hand van taal en foto's, ook non-verbale elementen spelen namelijk een belangrijke rol in het aantrekken, overtuigen en bekoren van de lezers.

De communicatie in toeristische teksten kan natuurlijk ook mislopen door fouten. Fouten kunnen worden gedefinieerd als de schending van regels in verband met consistentie, grammatica, lexicale combinaties, congruentie en de onbekwaamheid om de functie van de tekst over te brengen, zonder fouten te schrijven en een natuurlijke, vloeiende tekst te produceren. Ze ontstaan wanneer er interferentie tussen verschillende talen is, de brontekst te weinig/niet goed wordt begrepen, de vertaler te weinig buitentalige kennis heeft of onbekwaam is om een begrijpelijke tekst in zijn moedertaal te produceren. De fouten kunnen in de volgende categorieën worden onderverdeeld: grammatica & spelling, woordenschat & semantiek, pragmatiek & discours en weglatingen, herhalingen & toevoegingen.

Grammaticale fouten en spellingsfouten zijn in bijna elke toeristische tekst te vinden. Ze zijn vaak te wijten aan een gebrek aan revisie of een gebrek aan vertaalvaardigheden van de vertaler in de vreemde taal. Het gaat dikwijls om verkeerde syntactische constructies, verwarring in verband met voorzetsels enz. Bij lexicale en semantische fouten is het dikwijls zo dat de terminologie tot misverstanden leidt of dat met bepaalde woorden naar de verkeerde concepten wordt verwezen. Realiteiten kunnen namelijk verschillen tussen twee culturen, maar de vertaler moet zorgen dat hij verwijst naar de realiteiten in de lokale cultuur van zijn lezers. Vooral realia vormen een struikelblok voor zowel ervaren als onervaren vertalers. Er bestaat geen algemene oplossing voor, aangezien die afhangt van de tekstfunctie, het publiek en het medium. Er zijn verschillende strategieën mogelijk, bijvoorbeeld explicitering en adaptatie. Welke strategie is niet het belangrijkste, dat het publiek kan volgen is dat wel. Naast realia vormen ook eigennamen een uitdaging voor de vertaler. De vertaling daarvan is controversieel en erg moeilijk: iedere taal heeft eigen regels die doorheen de tijd veranderen en voor plaatsnamen zijn er bovendien helemaal geen vaste regels.

Om fouten op het vlak van pragmatiek en discours te vermijden, moet de vertaler zorgen dat de stijl en de inhoud aansluiten bij de verwachtingen van de lezer. Die worden beïnvloed door zijn kennis van de conventies in zijn eigen taal en cultuur. Stijl is cultuurgebonden, zo zijn het Duits en het Spaans bijvoorbeeld formeler dan het Engels in toeristische teksten en gebruikt het Spaans meer poëtische figuren dan andere talen. Ook op dit vlak is het belangrijk dat de vertaler rekening houdt met de doelcultuur. In een voorbeeld dat Durán Muñoz aanhaalde, liep dat mis: de discursieve en linguïstische elementen van een Italiaanse tekst werden naar een andere doeltaal overgebracht in plaats van de boodschap aan te passen aan de doelcultuur.

Daardoor werd de tekst onpersoonlijk door de afwezigheid voornaamwoorden in de eerste en tweede persoon, een zware stijl, lange zinnen enz.

Weglaten en herhalingen verarmen het discours en laten informatie verloren gaan. Toch zijn er soms toevoegingen of expliciteringen nodig om het doelpubliek te laten begrijpen wat in de tekst wordt gezegd. Fouten op dit niveau zitten meestal in te veel verschillende termen voor hetzelfde concept in een kort stukje tekst, inconsistent gebruik van plaatsnamen of titels, te veel herhaling en het weglaten van informatie.

Hoe kan de kwaliteit van toeristische vertaling worden verbeterd? De hoofdreden van de slechte kwaliteit is een gebrek aan training en professionalisme van de vertalers. Zij zouden vertrouwd moeten zijn met de specifieke kenmerken van toeristische teksten, hun vertaalmoeilijkheden en beschikbare betrouwbare bronnen. Die competenties zouden ze moeten vergaren voor ze beginnen te vertalen. Andere oorzaken van een slechte kwaliteit zijn tijdsgebrek, een beperkt budget, lage kwaliteit van bronmateriaal, technische problemen, een gebrek aan instructies voor de vertaling enz. Bovendien zou er door de academische instituties aan deze specifieke vorm van vertaling meer aandacht moeten worden besteed: toeristische vertaling zou niet enkel als deel van vertaling in het algemeen mogen worden bekeken en er zouden gespecialiseerde trainingen moeten worden aangeboden. Wanneer die voorwaarden vervuld zouden zijn, zou er betere intertalige en interculturele communicatie plaatsvinden.

[Verband met mijn masterproef](#)

Zoals Durán Muñoz vermeldt, bevatten toeristische vertalingen fouten omwille van verschillende redenen. Die gaan van de ongeschooldheid van de vertaler tot het feit dat toeristische vertalingen door de meeste overheden, reisagentschappen en bedrijven worden onderschat. Toch is de waarde ervan niet te onderschatten en daarom heb ik toch gekozen om me voor mijn masterproef met toeristische vertaling bezig te houden. Tijdens dat werk merkte ik dat ook de vertaalwetenschap zich ook niet enorm veel met het onderwerp bezighoudt of heeft beziggehouden.

Het belang van een correcte transfer van eigenschappen en conventies van de ene naar de andere taal werd me in deze opleiding aangeleerd, net als het belang van correct taalgebruik.

Om fouten tegen het Nederlandse taaleigen te vermijden en een vlotte, natuurlijke tekst te produceren, raadpleegde ik veelvuldig websites met taaladviezen, bijvoorbeeld die van Onze Taal of de Taaltelefoon van de VRT. Om zeker te zijn dat ze geen fouten bevat, werd mijn vertaling nog grondig gereviseerd, daaraan droeg ook mijn promotor zijn steentje bij.

Het is natuurlijk ook belangrijk dat de stijl en inhoud aansluiten bij de lezer. Aan de inhoud bracht ik geen veranderingen aan, maar voor de stijl zocht ik inspiratie in Nederlandstalige reisgidsen over hetzelfde onderwerp. Toch bleef ook hier het belangrijkste om overeen te komen met het Nederlandse taaleigen: geen te lange zinnen, niet te veel nominalisering en enz. De stijl van het Frans bleef dus niet behouden. Aangezien Franstaligen en Nederlandstaligen niet dezelfde achtergrondkennis hebben, was het nodig om informatie toe te voegen in voetnoten, bijvoorbeeld over Saint-Exupéry.

Bij het punt dat academische instellingen meer zouden moeten inzetten op toeristische vertaling sluit ik me volledig aan. Concreet zou dat kunnen betekenen dat bijvoorbeeld de KU Leuven in Antwerpen buiten medische en juridische vertaalateliers ook toeristische vertaalateliers zou aanbieden. Op die manier worden vertalers geschoold om met de specifieke kenmerken van die teksten om te gaan, zo kunnen zij een betere kwaliteit garanderen en zouden bedrijven toeristische vertalingen eventueel ook meer naar waarde gaan schatten.

10. Onderzoek naar de bruikbaarheid van de functionalistische vertaaltheorie voor het vertalen van toeristische teksten (De Bauw, 2014)

Samenvatting

De Bauw onderzoekt in haar masterproef aan de hand van een casestudy of de functionalistische vertaaltheorie een bruikbare methode is om toeristische teksten te vertalen. In de functionalistische vertaaltheorie is niet de equivalentie tussen bron- en doeltekst het uitgangspunt, maar wel de adequaatheid van de doeltekst tegenover de brontekst. Het is dus het doel van de vertaler dat het vertaalproces leidt en niet de brontekst zelf, zijn functie of zijn effect op de ontvangers. Ze gebruikt het de vertaalgerichte brontekstanalyse van Nord, omdat die een betrouwbare basis voor elke beslissing in het vertaalproces zou zijn. Dat model stelt de vertaler namelijk in staat om de functie van de verschillende elementen in de brontekst te begrijpen. Normaal gezien wordt het model op literaire teksten toegepast, maar De Bauw past het op toeristische teksten van de officiële website van Lübeck toe. Die teksten vertaalde ze zelf naar het Nederlands.

Typische kenmerken van toeristische teksten zijn het gespecialiseerde discours met terminologie, interdisciplinariteit, superlatieven, positieve adjectieven en sleutelwoorden, nominalisering, passieve constructies, imperatieven, deelwoordconstructies en de onvoltooid tegenwoordige tijd. Bovendien bevatten ze ook dikwijls afbeeldingen. Het doel van toeristische teksten is onder andere om een bepaald geografisch gebied te beschrijven, de werkelijkheid zo volledig mogelijk voor te stellen en een relevante context mee te geven. Daarbij komen er ook vaak uitweidingen en voorkeuren van de auteur naar voren. Door het feit dat potentiële toeristen reisgidsen liefst in hun eigen taal lezen en die gidsen vaak in de lokale taal zijn geschreven, is er een grote vraag naar vertalingen in de sector. Naast het feit dat ze vooral duidelijk en verstaanbaar moeten zijn, moeten ze de essentie van de brontekst, zijn functie, inhoud en culturele referenties overbrengen. Daardoor lijkt het model van Nord op het eerste zicht wel bruikbaar, aangezien het de vertaler verplicht om de inhoud, de functie enz. grondig te analyseren. De vertaler moet verder nog rekening houden met de verwachtingen van de potentiële lezers, hun voorkennis, vooroordelen, voorkeuren enz. Daarnaast zijn er soms ook nog buitentalige vereisten: verschillende vertalingen die op hetzelfde moment moeten verschijnen, het gebruik van dezelfde foto's, dezelfde lengte van de tekst, het overbrengen van realia enz. Vooral dezelfde lengte van de tekst behouden kan een grote moeilijkheid vormen: sommige talen zijn compacter dan andere, bepaalde taalgroepen hebben extra informatie nodig, terwijl dat voor andere niet nodig is enz.

Een vertaling moet zo natuurlijk mogelijk overkomen, ze mag zelfs niet aanvoelen als een vertaling. Omwille van begrijpelijkheid wordt erin geadapteerd en daarvoor bestaan zes verschillende vormen: transcriptie van het origineel, weglating, uitbreiding, exotisme, updating, situationele equivalentie en creatie. Voor adaptatie zijn er vier redenen: situationele inadequatie, geen lexicaal equivalent in de doeltaal, genre switching en de behoefte om een ander soort lezerspubliek aan te spreken.

De vertaalgerichte brontekstanalyse van Nord bestaat uit twee delen: extratekstuele en intratekstuele elementen analyseren. Extratekstuele elementen zijn de zender, de intentie van de zender, de doelgroep, het medium, de plaats van productie en ontvangst, het tijdstip, het motief voor de communicatie en de functie van de tekst. Intratekstuele kenmerken zijn het onderwerp, de inhoud, de vooronderstellingen, de tekstcompositie, de non-verbale elementen, de woordenschat, de zinsstructuur en de suprasegmentale kenmerken. De Bauw paste ze toe op achttien teksten van de officiële toeristische site van Lübeck, maar liet de grafische aspecten buiten beschouwing.

De zender van de teksten is het Welcome Center Travemünde, het toeristenbureau van Lübeck met de intentie om te informeren, te overtuigen om Lübeck te bezoeken, contact op te bouwen met de lezer en de stad mooi voor te stellen. De doelgroep, namelijk iedereen die Duits of Engels begrijpt en over een internetverbinding beschikt, verneemt de boodschap via het medium webpagina. De boodschap kwam in 2014 tot stand in Lübeck, maar kan overal ter wereld worden gelezen. Het motief van de organisatie is toeristen overtuigen en op die manier inkomsten hebben. Er zijn verschillende functies te onderscheiden in de teksten: verwijzende, informerende, overtuigende, expressieve en fictieve functies.

Er wordt informatie gegeven over de stad Lübeck, het onderwerp van de teksten, aan de hand van vijf thema's. Daarbij is ook aan praktische informatie gedacht en wordt eenduidige woordenschat gebruikt. In de teksten zijn weinig vooronderstellingen aanwezig, op die manier kunnen ook mensen zonder voorkennis volgen waarover ze gaan. De teksten zijn van elkaar afgezonderd, maar bevatten wel verwijzingen naar elkaar. Bovendien hebben ze allemaal ongeveer dezelfde structuur: inleiding, tekst in alinea's, contactgegevens en openingstijden. Non-verbale elementen zoals de lay-out, het kleurgebruik en de onderverdeling van de alinea's werden in de vertaling behouden, maar de interlinie veranderde van 1.15 naar 1.5 voor een betere leesbaarheid.

De zinsstructuur bevat vooral imperatieve (typisch voor toeristische teksten) en affirmatieve zinnen met een afwisselende lengte. Suprasegmentale kenmerken zoals aanhalingstekens werden aangepast omdat het niet altijd duidelijk was waarom ze er stonden.

In de vertaalverantwoording volgt nog uitleg over bepaalde vertaalkeuzes. De namen van de meeste realia, zoals gebouwen, zalen, organisaties, werd behouden om het de toeristen ter plaatste makkelijker te maken om ze te vinden. “Sie” bleef “u” en werd niet “je”, omdat niet iedereen dat apprecieert, “wir” bleef “wij”, op die manier blijft de afstand tussen de lezer en de auteur klein. In verband met het Nederlandse taaleigen, besliste de vertaler om de hele lange Duitse zinnen op te splitsen, de tangconstructies op te lossen en het onderwerp naar voren te halen. Verder werden contactgegevens behouden.

Uit het onderzoek blijkt dat het model bruikbaar is voor toeristische teksten, maar wel wat beperkingen met zich meebrengt. Het model toepassen is tijdrovend, terwijl een vertaler vaak strakke deadlines moet respecteren. De speciale kenmerken van toeristisch taalgebruik zitten niet in het model vervat en er wordt zo dus helemaal geen rekening mee gehouden.

[Verband met mijn masterproef](#)

Net als mijn masterproef bevat die van De Bauw een Nederlandse vertaling van een toeristische tekst en een vertaalverantwoording, al vertaalt zij uit het Duits en ik uit het Frans. Hoewel die twee talen heel verschillend zijn, zijn er gelijkenissen in de verantwoording. We kozen er beide voor om de lezer met “u” aan te spreken, aangezien niet iedereen zich goed voelt bij “je”. Bovendien splitste ik eveneens te lange zinnen op en behield ik de contactgegevens. Alleen aan de telefoonnummers moest +33 worden toegevoegd om uit het buitenland naar Frankrijk te kunnen telefoneren en bij de adressen moest het huisnummer worden verplaatst. De grafische elementen werden buiten beschouwing gelaten.

In tegenstelling tot haar paste ik de vertaalgerichte brontekstanalyse van Nord niet toe, omdat die geen rekening houdt met de specifieke kenmerken van toeristische teksten en vooral te veel tijd kost. De verschillende elementen van de brontekst konden ook worden begrepen en intuïtief worden vertaald zonder de volledige analyse te maken. Goed nadenken en de opgedane kennis uit de opleiding tot vertaler gebruiken was al een grote stap in de goede richting.

Het feit dat potentiële toeristen reisgidsen liefst in hun eigen taal lezen, kan ik zelf beamen. Dat was namelijk een van de redenen om voor deze masterproef te kiezen: over trektochten zijn niet altijd veel (al dan niet vertaalde) Nederlandstalige gidsen te vinden. Het doel was dus om er zelf een vertaling te maken die duidelijk en verstaanbaar is, de functie, inhoud en culturele referenties van de originele gids weergeeft en voldoet aan de verwachtingen van potentiële lezers.

11. De website van de stad München: Vertaling en vertaalverantwoording van een toeristische tekst aan de hand van een functionalistische benadering (Vael, 2009)

Samenvatting

Voor haar masterproef vertaalde Vael volgens de functionalistische benadering een deel van de website van de stad München en maakte daar een vertaalverantwoording bij. Het eerste deel is theoretisch en bekijkt onder andere de kenmerken van toeristische teksten en het functionalisme van dichterbij. Het tweede meer praktische deel bevat een beschrijving van het medium, de brontekst, het doelpubliek, de vertaalstrategie(ën), vertaalproblemen en de vertaling zelf.

Toeristische teksten kunnen over een variatie van onderwerpen gaan. Ze hebben een informatieve, expressieve en operatieve functie, en worden veel vertaald omdat hun doel is om een zo groot mogelijk publiek aan te spreken. Zulke teksten hebben ook specifieke kenmerken. Ze geven de werkelijkheid zo volledig mogelijk in eenvoudige taal en voor een breed publiek weer. Directe bevelen aan de hand van imperatiefzinnen worden beter vermeden. De teksten bevatten doorgaans veel plaatsvermeldingen en informatie over te bezichtigen plaatsen. Bovendien wordt er vaak van de stop-look-see-strategie gebruik gemaakt: de toerist krijgt informatie over waar hij of zij moet stoppen, in welke richting hij of zij moet kijken om iets te zien. Daarbij wordt nog uitgelegd wat er te zien is. De vertaler houdt die kenmerken best in zijn achterhoofd tijdens het vertalen.

In de equivalentietheorie gaat men ervan uit dat equivalentie tussen de brontekst en de doelttekst niet altijd nodig of mogelijk is, want de functie van de doelttekst kan veranderen. De beginnende equivalentietheorie ontwikkelde zich tot de skopostheorie, waarbij ervan uitgegaan wordt dat vertalen een menselijke actie is en dat die actie intentioneel is. De ontvanger wordt belangrijker, terwijl de brontekst minder belangrijk wordt. Elke vertaling situeert zich binnen een sociale context en heeft daarbinnen ook een doel. Dat doel verschilt per tekst, de opdrachtgever moet een duidelijk skopos geven.

De equivalentietheorie heeft twee beginselen: het loyaliteitsbeginsel en het functionaliteitsbeginsel. Volgens dat eerste moet de vertaler zowel loyaal zijn aan de ontvangers van de doelttekst als aan de zender van de doelttekst. Het tweede beginsel houdt in dat de functie van de doelttekst niet in strijd mag zijn met de bedoeling van de brontekst. De vertaler heeft dus geen absolute vrijheid in zijn beslissingen. Ook adequaatheid en equivalentie zijn twee belangrijke noties in deze theorie.

De vertaling moet dus aan de eisen van de instructies voldoen en moet hetzelfde communicatieve effect hebben als de brontekst. Het skopos bepaalt de vereiste equivalentie voor een adequate vertaling.

Het praktische deel begint met een beschrijving van de site van München en een beschrijving van de brontekst. De vier grote delen waaruit die bestaat, hebben elk een andere kleur om het duidelijker voor de lezer duidelijker te maken. De titels zijn niet appellerend, maar gewoon informatief en dus duidelijk. In elk deel is de informatie ongeveer gelijk opgebouwd: algemene informatie, adressen, openingsuren en informatie over de bereikbaarheid met het openbaar vervoer. In de vlotte en toegankelijke schrijfstijl vermijdt de auteur het gebruik van passiefconstructies en gebruikt hij niet al te veel bijvoeglijke naamwoorden. De tekst bevat wel lange zinnen die typisch zijn voor het Duits. Met dat allemaal in het achterhoofd weten we dat de vertaler rekening zal moeten houden met de functionalistische visie, de typische kenmerken van toeristische teksten, de Nederlandse syntaxis en een vlot leesbare stijl.

Het doelpubliek van de website bestaat uit Nederlandstaligen die meer willen weten over München. Door de ideale lezers te expliciteren wordt het duidelijker welke vertaalbeslissingen de vertaler in bepaalde gevallen het best neemt. Vael vereenzelvigd zichzelf met het doelpubliek en dat vergemakkelijkt de vertaling. Ze vertaalt hoofdzakelijk doelttekstgericht: ze past zich aan de verwachtingen van het doelpubliek aan en volgt de Nederlandse grammatica en zinsbouw. Daardoor moet ze soms wel elementen veranderen, expliciteren, toevoegen of weglaten. Ze verliest het loyaliteitsbeginsel en de verwachtingen van de brontekstauteur niet uit het oog door ook brontekstgetrouw te werken.

Zoals in elke vertaling doken vertaalproblemen op, die bevinden zich op syntactisch, skopostheoretisch en lexicaal vlak. De syntactische knelpunten komen uit de verschillen tussen het Nederlands en het Duits voort, bijvoorbeeld qua zinslengte, tangconstructies, nominalisering, lange bijzinnen enz. Zulke nominalisering worden beter door werkwoorden en complementen vervangen, de lange bijzinnen worden beter opgesplitst. De skopostheorie geeft weinig informatie over praktische vertaalbeslissingen, maar die kan de vertaler vinden door zich in het doelpubliek in te leven en parallelle teksten te bekijken. Lexicale knelpunten zijn ten slotte in verschillende categorieën verdeeld: realia, terminologie en uitdrukkingen. Realia (toponiemen, namen van gebouwen, personen enz.) kunnen afhankelijk van de situatie door een equivalent worden vervangen of bij gebrek aan een equivalent worden omschreven.

Het opzoeken van terminologie is moeilijk en tijdrovend. In dit geval ging het vooral over museumstukken. Voor de vertaling van uitdrukkingen en zegswijzen gebruikte Vael verschillende strategieën, afhankelijk van het specifieke probleem.

[Verband met mijn masterproef](#)

Dat er op vlak van toeristische teksten veel variatie is in onderwerpen, krijgt niet al te veel aandacht. De meeste werken over toeristisch discours bespreken namelijk reisgidsen over een bepaalde bestemming. De reisgids die in deze masterproef gedeeltelijk werd vertaald, is anders. *Le Guide des randonnées et voyages à pied* is een specifieke reisgids over wandelvakanties en trektochten die redelijk algemene informatie geeft. Naast algemene informatie over verschillende terreinen, voeding, enz. vinden de lezers ook informatie over verschillende bestemmingen in de gids. Die bestemmingen zijn niet tot een land en zelfs niet tot een continent beperkt, maar liggen over de hele wereld verspreid. De opdeling volgens continent maakt het overzichtelijker, maar daardoor valt mij ook dadelijk op dat Zwitserland ontbreekt bij de Europese bestemmingen.

Net als Vaels vertaling is ook die van mij toegespitst op de potentiële ontvangers. Aangezien er geen opdrachtgever is, moest ik zelf het skopos bepalen. De bedoeling was om tot een Nederlandse vertaling te komen die vlot, aangenaam leesbaar, nuttig en informatief is voor Nederlandstaligen die geïnteresseerd zijn in wandelvakanties en trektochten. Het feit dat ik zelf tot dat doelpubliek behoor, maakte het makkelijker om bepaalde vertaalbeslissingen te nemen. Naast me inleven in het doelpubliek, hielp het ook om parallelteksten, vooral (berg)wandelgidsen en toeristische websites, te consulteren. Er werd dus doeltekstgericht vertaald, maar ook wel zo trouw mogelijk gebleven aan de brontekst. Op die manier worden hopelijk de verwachtingen van zowel de lezer als de auteur ingelost. Tijdens het vertalen was het Nederlandse taaleigen het belangrijkste aandachtspunt, omdat de vertaling correct en vlot leesbaar moest zijn.

De vertaalproblemen die Vael tegenkomt, zijn herkenbaar, ook al zijn er meer gelijkenissen tussen het Duits en het Nederlands dan het Frans en het Nederlands. Er waren bijvoorbeeld ook veel nominalisering in de Franse tekst die in de Nederlandse vertaling werden weggewerkt.

12. Caractéristiques d'une bonne traduction dans le domaine touristique : l'exemple des sites Internet (Leveau, 2016)

Samenvatting

In de masterproef van Leveau gaat het over het verband tussen marketing en vertaling, de specifieke kenmerken, moeilijkheden en evaluatiecriteria van toeristische vertaling en de toepassing daarvan op een corpus.

Het begrip marketing is door de jaren heen geëvolueerd: naast de oorspronkelijke betekenis in verband met de promotie en de distributie van producten, kwam er recenter ook nog een betekenis bij die met klantrelaties te maken heeft. Marketing omvat verschillende domeinen zoals communicatie, productie en verkoop. De communicatie kan in twee grote takken worden opgesplitst: reclameboodschappen buiten de media en reclameboodschappen in de media. Die laatste soort bevat altijd een belofte, een verantwoording en een aantrekkelijke stijl. Sinds de opkomst van het internet is digitale marketing (reclameboodschappen op websites, sociale media enz.) een grotere rol gaan spelen.

Over de vertaling van reclame zijn weinig bronnen te vinden. We weten dat zulke vertalingen in het begin tot het overzetten van eenvoudige teksten in andere talen beperkt waren. Bovendien wisten de vertalers in kwestie vaak niet eens dat ze met een reclametekst te maken hadden, ze kregen bijvoorbeeld geen toegang tot de bijbehorende afbeeldingen. Later werd het idee van adaptatie ingeburgerd: in plaats van de letter van de tekst moest de boodschap worden behouden. Om correct te kunnen vertalen is de communicatieve functie van de tekst behouden en met het doelpubliek rekening houden dus cruciaal. Door de technologische evoluties hebben vertalers vandaag de dag ook technische vaardigheden nodig, bijvoorbeeld om ook de afbeeldingen aan het doelpubliek aan te passen. Specifieke eigenschappen van toeristische marketing zijn de ongrijpbaarheid, de gelijktijdigheid van productie en consumptie, de sfeer, de heterogeniteit en het seizoensgebonden karakter.

De aanpak van de vertaler hangt af van zijn eigen capaciteiten, zijn creativiteit, het doelpubliek en de specifieke moeilijkheden van de tekst. Er zijn vier grote soorten: gestandaardiseerde reclame, letterlijke vertalingen, modulatie en adaptatie. Gestandaardiseerde reclame bevat makkelijke taal en blijft er overal min of meer hetzelfde uitzien, letterlijke vertalingen blijven heel trouw aan de brontekst. Bij modulatie verandert de vertaler de invalshoek en bij adaptatie wordt de tekst aan de lokale cultuur aangepast.

Toeristische taal behoort tot het gespecialiseerde taalgebruik en heeft eigen regels. In tegenstelling tot de meeste gespecialiseerde talen is ze net heel creatief en gevarieerd, dat komt omdat het doelpubliek moet worden verleid. De gebruikte woordenschat is eenduidig, bondig en duidelijk. Er worden woorden gebruikt in verband met reizen, ontdekkingen en geluk, allemaal positieve dingen. Ook superlatieven komen veel voor. Qua syntaxis zijn toeristische teksten meestal ook bondig en duidelijk, daar zorgen nominalisering, imperatieven en de tegenwoordige tijd voor. Op vlak van stijl volgen zulke teksten bijna altijd ongeveer dezelfde structuur: titel, situering, klimaat, beschrijvingen, geschiedenis en cultuur, eten en drinken, verblijf, activiteiten enz. Die structuur zorgt voor onderlinge coherentie. Om de lezer te overtuigen wordt er ook vaak gebruik gemaakt van stijlfiguren zoals hyperbolen, metaforen, personificaties, rijm, woordspelletjes, humor enz. De taaluitingen zijn van dialogisch van aard (on, nous, vous).

Er bestaan verschillende modellen voor de evaluatie van de kwaliteit van toeristische vertalingen. Het SEPT-model omvat veel criteria en werkt aan de hand van gevarieerde lexicaal en syntactische parameters. Het SICAL-model daarentegen beperkt het aantal types van mogelijke fouten door enkel grote fouten in overweging te nemen. Het laatste model bevindt zich dicht bij de realiteit. Voor dit onderzoek zijn de criteria beperkt tot vijf: de correcte weergave van de betekenis, de talige acceptabiliteit, de doeltreffendheid, het rekeninghouden met de ontvanger en de opmaak.

Die parameters heeft Leveau op enkele commerciële toeristische websites toegepast, zowel op origineel Franse websites als op in het Frans vertaalde websites. Ze onderzocht de teksten aan de hand van een vragenlijst bij het doelpubliek en aan de hand van een eigen analyse. In de eigen analyse ontdekte ze onder andere calques, foute vertalingen van bepaalde woorden, interpunctiefouten, verkeerde collocaties, andere betekenissen en onlogische structuren.

In toeristische communicatie bestaat de rol van de vertaler eruit de regels van de doeltaal op lexicaal, syntactisch en stilistisch vlak te respecteren en met de noden van de lezers en de klanten rekening te houden. Hij moet dus niet enkel de woorden weergeven, maar ook de ideeën en de emoties van een tekst overbrengen. Bovendien mag hij het visuele aspect ook niet uit het oog verliezen. Toch kunnen er fouten worden gemaakt, dikwijls zijn die aan een gebrek aan tijd, technische vaardigheden of geld (bij de opdrachtgever) te wijten.

Verband met mijn masterproef

Net als over de vertaling van reclame zijn over de vertaling van gespecialiseerde toeristische teksten weinig bronnen te vinden. De bronnen over toeristische vertaling in het algemeen behandelen in de meeste gevallen hetzelfde: de definitie en de geschiedenis van toerisme en specifieke kenmerken van toeristische teksten.

Volgens Leveau is het essentieel om de communicatieve functie van de tekst te behouden en met het doelpubliek rekening te houden. In mijn vertaling deed ik dat door proberen in te schatten wat het doelpubliek kan en weet en daar rekening mee te houden. Dat wil zeggen taal gebruiken die het doelpubliek makkelijk begrijpt en wat niet duidelijk is verder uitleggen. Om de kwaliteit van de gebruikte taal te garanderen consulteerde ik dikwijls taaladviezen, woordenboeken en parallelteksten. Onder kwaliteit vallen onder andere het vermijden van calques, foute vertalingen van bepaalde woorden, interpunctiefouten, verkeerde collocaties en onlogische structuren. Die fouten konden bij deze vertaling niet ontstaan door gebrek aan geld van de opdrachtgever, want die was er niet, of door tijdsgebrek, ook al werd de gids in korte tijd vertaald. Er werd namelijk genoeg tijd ingerekend om alles grondig te reviseren.

Doordat de Nederlandse vertaling van de gids enkel in de vorm van een masterproef verschijnt, heb ik de lay-out en afbeeldingen achterwege gelaten. In het origineel staan tekstkaders doorheen de tekst, maar ze doorbreken de tekst niet altijd op een logische plaats. Daarom heb ik ze indien nodig naar achteren verplaatst zodat ze achter een geheel staan en het verband logisch blijft. De visuele elementen werden in dit geval niet mee vertaald en de technische vaardigheden waren dus in mindere mate belangrijk.

Woordenschat in toeristische teksten is creatief en gevarieerd, zeker ook in de vertaling. Een aantal woorden waren in het Frans gewoon, maar vormden in het Nederlands een uitdaging. De woorden zijn te vinden op p.47 van deze masterproef. De typisch Franse nominaliseringingen werden bewust weggewerkt omdat in het Nederlandse een nominale stijl eerder te vermijden is. De stijl met “on, nous en vous” heb ik proberen te behouden met “wij en jullie”. “Men” als alternatief voor “on” was echter geen goed idee omdat dat het net onpersoonlijker maakt.

13. L'écotourisme comme domaine d'application de la traduction (Taleb & Bendiab, 2015)

Samenvatting

Ecotoerisme verenigt ecologie en toerisme en wordt ook wel verantwoordelijk toerisme genoemd. Het is een alternatieve vorm van toerisme waarbij toeristen de natuur ontdekken. Daarbij is het belangrijk om de natuur te behouden en mee te helpen aan het welzijn van de lokale bevolking. De belangrijkste principes zijn de impact op natuur en cultuur beperken, reizigers over het belang van het behoud van de natuur informeren en het belang van verantwoordelijk zakendoen onderlijnen. Het geldt dat ermee wordt verdiend, wordt gebruikt om natuurzones te behouden en te beheren. Typische omgevingen voor ecotoerisme zijn de bergen, de woestijn, het platteland, het bos, de kust, nationale parken en natuurreservaten.

Natuurlijk worden ook teksten over ecotoerisme vertaald. Toerisme staat in verband met economische groei en is een wereldwijd fenomeen. Kwaliteitsvol vertaalwerk is daardoor belangrijk voor het toerisme zelf en voor de klanten. Er is een grote variëteit aan producten om te vertalen: toeristische gidsen, brochures, magazines, kranten, online artikels, online reservatieformulieren, reclame enz. Het is belangrijk dat de vertalingen goed zijn, want als de lezer dingen kan verbeteren, heeft dat een impact op zijn beeld van de plaats en de reputatie ervan. Bovendien hebben de vertalingen ook een impact op de kwaliteit van het verblijf: de gids en vertaling moeten precies zijn, zodat de toeristen erop kunnen rekenen.

De taal van toeristische teksten is dikwijls informeel en familiair. De twee fundamentele componenten zijn de thematische en de communicatieve dimensie. De inhoud komt namelijk uit een groot aantal disciplines en professionele domeinen, terwijl de verschillende functies van de tekst van de context afhangen.

Twee essentiële elementen van vertaling zijn dat de vertaler de brontekst perfect moet begrijpen en dat hij de kennis moet hebben om een equivalente formulering in de doeltaal te vinden, daarvoor moet de doeltaal zijn moedertaal zijn. De vertaling die hij maakt moet de volgende eigenschappen bezitten: waar, betekenisvol, transparant, doeltreffend, ergonomisch, in overeenkomst met de doeltaal, doelcultuur en alle regels. Vertalers van toeristische teksten moeten ervaren zijn, redactievaardigheden voor marketing hebben, het domein perfect kennen en alle elementen van de "markt" in acht nemen. Ze moeten expertise voor verschillende soorten toerisme hebben, onder andere voor duurzaam en eerlijk toerisme, voor eco- en zakentoeerisme.

Verschillende tekstsoorten zijn gidsen en kaarten, culturele en artistieke vertalingen, culinaire en gastronomische teksten, brochures en folders. Voor culturele en artistieke vertalingen is er een hele brede kennis nodig, culinaire en gastronomische vertalingen op hun beurt zijn dan weer heel delicaat.

Er zijn ook enkele struikelblokken voor toeristische vertalingen. Zo krijgen ze met een slechte reputatie af te rekenen doordat veel vertalers niet naar hun moedertaal werken. Dat is niet ideaal, maar onvermijdelijk in de huidige economische context. Ook de aanwezigheid van niet-professionele vertalers zorgt voor een twijfelachtige kwaliteit van de vertalingen, soms tot grote hilariteit van de lezers. Daarnaast spelen ook het taalverschil, het overzetten van culturen en cohesie en coherentie een rol.

In de masterproef van Taleb en Bendiab wordt ook nog de duurzame ontwikkeling van de Wikilaya in Tlemcen besproken, net als enkele vertaalde teksten in verband met het Nationaal Park van Tlemcen.

[Verband met mijn masterproef](#)

In *Le guide des randonnées et voyages à pied* worden ecotoerisme en verantwoordelijk toerisme enkele keren vermeld. Dat is logisch in de context van trektochten en wandelreizen. Reizigers die daarvoor kiezen, kiezen er normaal gezien namelijk voor om van de natuur te genieten en haar niet te beschadigen.

De twee essentiële elementen van vertaling die Taleb en Bendiab aanhalen, zijn herkenbaar. Om de brontekst perfect te begrijpen, las ik passages dikwijls meerdere keren, zocht ik woorden en principes in woordenboeken en parallelteksten op en vroeg ik soms zelfs raad aan een bevriende Fransman. Dat allemaal om honderd procent zeker te zijn van wat er precies in de brontekst stond. Doordat het Nederlands, de doeltaal van de vertaling, mijn moedertaal is en ik daarbij ook nog verschillende bronnen consulteerde, zorgde ik dat ook de equivalente formulering in de doeltaal in orde kwam. De vaardigheden in verband met marketing was in deze tekst niet noodzakelijk, omdat het vooral een informatieve gids is. Het was belangrijk om precies te zijn in de vertaling omdat toeristen/ wandelaars moeten kunnen rekenen op de gids: alle details moeten kloppen.

14. The translation of texts from the tourist sector : textual conventions, cultural distance and other constraints (Kelly, 1998)

Samenvatting

De eerste indruk van bezoekers van toeristische attracties wordt dikwijls aan de hand van vertalingen gevormd. Voor velen onder hen is dat het enige contact met vertaald materiaal in hun hele leven. In de vertaalwetenschap bestaan er weinig publicaties over zulke vertalingen, hoewel die gezien de grootte van de markt en de specificiteit van de communicatieve situatie veel meer aandacht zouden moeten krijgen.

Over de kwaliteit van toeristische vertalingen wordt dikwijls negatieve commentaar gegeven. Het zou ideaal zijn als ze door professionele vertalers die in hun “taal van gewoonte” werken zouden worden gemaakt. Er wordt verkozen om het woord “moedertaal” niet te gebruiken omdat dat niet altijd klopt. Op die manier werken is niet altijd mogelijk, dus dikwijls wordt door niet-professionele, niet-native speakers vertaald. Ook het gebrek aan erkenning voor het beroep van vertaler speelt een rol. Tekortkomingen kunnen ook ontstaan doordat de vertaler de brontekst niet systematisch analyseert in zijn communicatieve situatie. Bovendien komen de genreconventies in de verschillende doelculturen niet overeen.

Voor zelf uitspraken over de vertaling van toeristische teksten te doen, definieert Kelly het begrip toeristische tekst. Die heeft als doel informatie aan elk soort bezoeker te geven, reclame voor een bestemming te maken en reizigers aan te moedigen om er naartoe te gaan. De teksten kunnen in de vorm van verschillende teksttypes verschijnen. Kenmerkend is de uitgebreide inhoud van de teksten met informatie uit andere gespecialiseerde vakgebieden zoals architectuur, geschiedenis, kunstgeschiedenis, geografie, gastronomie, economie, sport, muziek enz.

Toeristische teksten hebben twee algemene functies, informeren en overtuigen. De communicatieve functie van de brontekst en die van de doelttekst komen niet noodzakelijk overeen. Het verschil ligt bij de lezer, zijn ervaring en zijn kennis. Op een Spaanse bestemming heeft een Spanjaard bijvoorbeeld gedetailleerde info nodig om zich niet te vervelen, terwijl een Engelsman met diezelfde informatie net overbelast zou worden. Bij het vertalen van zulke teksten moet er dus ook aan de inhoud worden gesleuteld. Bij elke opdracht beslist de vertaler in samenspraak met de opdrachtgever de graad van herschrijving, maar het zou eigenlijk ideaal zijn om specifieke teksten te produceren voor elke doelcultuur.

Dikwijls, maar niet altijd, moet de informatie in een tekst in functie van de informerende en persuasieve functie, maar ook in functie van de lezer zijn verwachtingen worden aangepast. Die verwachtingen ontstaan door eerdere ervaring met teksten, door intertekstualiteit en de lezer zijn kennis van de tekstconventies in zijn eigen taal en cultuur. Zo ligt in Spaanse teksten de klemtoon eerder op geschiedenis en architectuur, terwijl die in Engelse teksten meer op praktische informatie ligt. De vertaler moet zich dus als culturele mediator gedragen en zeker ook taboes vermijden.

Ook qua stijl zijn er aanpassingen nodig. Een Spaanse toeristische tekst is namelijk formeler dan een Engelse, richt zich zelden direct tot de lezer en gebruikt vooral de derde persoon enkelvoud. Engelse teksten zijn in tegenstelling minder formeel, directer en gebruiken vaak de imperatief of de eerste en tweede persoon. De afstand tot de lezer wordt verder ook nog door lexicale keuzes geaccentueerd. Spaanse teksten bevatten bovendien dikwijls een literaire stijl met bloemrijke, beschrijvende passages en figuurlijk taalgebruik. De conventies van de doelcultuur volgen is belangrijk omdat dat voor een grotere slaagkans van de communicatie zorgt. Net op dat vlak is het verschil tussen professionele en niet-professionele vertalers zichtbaar: de niet-professionele vertalers schrijven meestal in hun gebruikelijke taal, in een stijl die ongewoon overkomt en moeilijk te begrijpen is voor toeristen.

Over het algemeen gelooft men dat een brontekst van lage kwaliteit het “verdient” om in dezelfde lage kwaliteit te worden vertaald. De brontekst is in die opvatting verantwoordelijk voor de gebreken in de doelttekst. Veel toeristische teksten zijn niet goed geschreven doordat de auteur geen goed beeld heeft van de lezers en hun kennis, maar de vertaler zou zich in zijn keuzes moeten laten leiden door de functie van de tekst in de doelcultuur en hij zou de doelttekst zo moeten produceren dat die zijn functie zo goed mogelijk vervult. Een slecht origineel is dus geen excuus voor een tegenvallende vertaling.

Specifieke uitdagingen van toeristische teksten bestaan bijvoorbeeld uit het feit dat veel teksten in verschillende talen op hetzelfde moment worden gepubliceerd, met dezelfde foto en in een tekstruimte van dezelfde grootte. Er bestaan zelfs tweetalige teksten in twee kolommen, daardoor moet de vertaling even lang zijn als het origineel en relevant zijn voor de foto die erbij staat.

Een andere uitdaging wordt gevormd door opdrachtgevers die weinig ervaring hebben met professionele vertalers of de te vertalen tekst zelf hebben geschreven. Zij hebben uiteraard het laatste woord, maar de vertaler moet zich gedragen als expert en adviseur op vlak van culturele mediatie.

Een praktische uitdaging is om brontaalelementen in de vertaling te behouden en zo de herkenbaarheid en identificatie van bepaalde elementen te vergemakkelijken. Als toeristen

straatnamen, namen van gebouwen in de plaatselijke taal in hun gids hebben staan, herkennen ze die namelijk beter op straat. Als ze er de originele naam van bepaalde gerechten in terugvinden, herkennen ze die op restaurant.

Het laatste grote deel van Kelly's werk bestaat uit een reeks voorbeelden die een probleem vormen in enkele Spaans-Engelse vertalingen. Op vlak van stijl moeten er zeker aanpassingen gebeuren, de typisch Spaanse bloemrijke en figuurlijke stijl botst namelijk met de verwachtingen van de Engelse lezers. Door Spaanse woorden te behouden, gaat informatie verloren: de Engelse lezer heeft extra informatie nodig. Impliciete informatie moet worden geëxpliciteerd, aangezien lezers van verschillende culturen niet dezelfde voorkennis hebben en dus niet dezelfde referenties begrijpen. Ook het niet aanpassen van maten en gewichten kan tot problemen leiden. De beste oplossing is om zowel de maten in het Europese als in het Engelse systeem weer te geven, Engels wordt buiten door Britten namelijk ook vaak gebruikt door anderstaligen zoals Scandinaviërs. Er moet verder nog rekening worden gehouden met het verschil in culturele waarden: het woord "indolence" geeft voor Spanjaarden bijvoorbeeld een positieve culturele waarde weer, terwijl het bij Engelstaligen gewoon het negatieve stereotype versterkt. Hier kan beter "unrushed" worden gebruikt, dat heeft vooral betrekking op de levensstijl en niet op de mensen. Ten slotte is het nog belangrijk om cultureel relevante informatie te introduceren, ook al zit die niet in de brontekst vevat. Anders is het voor mensen uit een andere cultuur moeilijk om te begrijpen waarover het gaat.

[Verband met mijn masterproef](#)

In haar literatuurstudie vermeldt Kelly dat voor veel toeristen een reisgids of andere toeristische tekst het enige contact met vertalingen vormt in hun hele leven. In deze tijden is dat moeilijk te geloven: iedereen heeft wel eens een bijsluiter, handleiding enz. in zijn handen gehad, die teksten zijn dikwijls vertalingen. We kunnen de uitspraak aanpassen zodat ze in mijn ogen wel klopt: toeristische teksten zijn voor veel mensen de enige teksten waarbij ze zich bewust zijn van vertaling. Dat is één van de redenen waarom ik me voor deze masterproef met toeristische vertaling wou bezighouden.

Kelly vermeldt ook dat er in de vertaalwetenschap weinig over toeristische vertaling wordt gezegd, dat heb ik tijdens het schrijven van deze masterproef gemerkt. De werken die er zijn, hebben het bijna allemaal over (dezelfde) kenmerken van toerisme en toeristisch taalgebruik.

Ze verwijzen bovendien dikwijls naar dezelfde bronnen. De werken blijven allemaal algemeen, want over talige kenmerken van communicatie in verband met sporttoerisme, bergtoerisme enz. zijn niet echt bronnen te vinden.

Aan de inhoud van reisgidsen moet meestal worden gesleuteld, maar in dit geval was dat niet echt nodig. Het *Carnet du randonneur* in *Le guide des randonnées et voyages à pied* heeft namelijk vooral een informatieve functie. De persuasieve functie is in mindere mate aanwezig, omdat de lezer over verschillende mogelijkheden van wandelvakanties en trektochten wordt geïnformeerd. De informatie werd op zo een manier gegeven dat die mij mits vertaling ook duidelijk leek voor een Nederlandstalig publiek. In het begin werd er wel ergens informatie gegeven over Saint-Exupéry en nog twee andere Fransmannen, die informatie vulde ik aan in de voetnoten. Dat deed ik omdat ik dacht dat de meeste Nederlandstaligen in tegenstelling tot de meeste Franstaligen geen voorkennis over hen hebben.

De stilistische aanpassingen op hun beurt hielden allemaal verband met duidelijkheid of het verschil in taaleigen. Ik probeerde sommige zinnen wat minder ingewikkeld te maken in het Nederlands, omdat ze anders nogal stroef klonken. Nominaliseringen werden dan weer weggewerkt omdat die in het Nederlands niet zo geliefd zijn als in het Frans. Het viel ook op dat bepaalde woorden in het Frans, in het Nederlands bijna zinnen werden.

Een belangrijke gedachte van Kelly, waar ik het volledig mee eens ben, is dat een slechte brontekst geen excuus is om een slechte vertaling af te leveren. Sommige zinnen klinken in het Frans bijvoorbeeld ook gecompliceerd of stroef, maar daarom mogen ze in de Nederlandse vertaling nog niet worden behouden. De vertaler moet zijn best doen om een tekst vlot leesbaar te maken voor het doelpubliek.

15. Tourist communication: a specialized discourse with difficulties in translation (Merkaj, 2013)

Samenvatting

Door de belangrijke economische invloed en de snelle groei van het toerisme is er nood aan reclame en public relations in het domein. Een gevolg daarvan is de publicatie van verschillende soorten promomateriaal. Brochures zijn daar een voorbeeld van: ze moeten toeristen aantrekken door hun vorm en foto's, maar ook door hen aan te spreken in vlekkeloos Engels (stijl en terminologische accuraatheid). Het belangrijkste is dat de vertaling hetzelfde effect op haar doelpubliek heeft als het origineel op het zijne. Om de taal van het toerisme te kunnen beheersen, moet er eerst een proces van socialisatie plaatsvinden voor de auteurs en de vertalers ervan.

Doordat toeristisch taalgebruik niet als gespecialiseerd discours wordt beschouwd, kiezen opdrachtgevers dikwijls voor niet-professionele vertalers. De complexiteit van toeristisch discours wordt door klanten en (niet-professionele) vertalers onderschat. Het lijkt makkelijk te vertalen met alledaagse taal, maar het is wel degelijk een gespecialiseerd discours met specifieke talige en culturele kenmerken en moet dus zo worden vertaald. Daarvoor zijn taalexperts nodig: die zouden in staat moeten zijn om tijdens de analyse voor de vertaling eigenschappen van toeristisch taalgebruik te herkennen, dat zijn bijvoorbeeld het gebrek aan identificatie van de zender, de monologische stijl, euforie en tautologieën.

Vertalen naar de moedertaal zorgt voor meer acceptabele vertalingen op gebied van taal en cultuur. Als dat niet gebeurt, leidt dat dikwijls tot onacceptabele en onwaarschijnlijke collocaties. Toch houdt de grootste problematiek verband met de culturele inhoud van de teksten. Ze introduceren een realiteit aan een persoon die daar nog nooit van heeft gehoord. Het probleem zou er niet zijn als vertalers voldoende zouden weten over de culturen in kwestie, maar ze zijn er niet voor getraind en hebben die kennis dus ook niet. Bovendien zijn er vijf invloedfactoren waarmee rekening moet worden gehouden: associatieve en connotatieve betekenissen van woorden, verschillende gedachten en dus begrip, metaforen en geijkte uitdrukkingen, religies en mythes en waarden en levensstijl.

Eigennamen vertalen is een andere typische moeilijkheid in toeristische teksten. Elke taal geeft ze op een ander manier weer en er is geen echte regel voor de vertaling ervan. In het Spaans worden tegenwoordig bijvoorbeeld enkel nog de namen van koningen, koninginnen en pausen vertaald, terwijl vroeger alle namen werden vertaald.

De oplossing die de vertaler kiest moet conform met het taaleigen zijn en in functie van de tekstfunctie, het publiek en het medium zijn. Daarbij is het meest essentiële dat het publiek begrijpt wat er wordt gezegd.

Ook de stilistische conventies verschillen tussen de talen onderling, daarom moeten vertalers zowel de discursieve als de syntactische en tekstuele conventies kennen. Als een tekst niet aan al die conventies voldoet, kan dat vreemd aanvoelen voor de lezer. Een voorbeeld daarvan is een hele trouwe vertaling van Italiaans discours naar het Engels. Daarin behield de vertaler in kwestie de onpersoonlijke, zware stijl met lange, moeilijke zinnen en lexicale eigenaardigheden die direct uit het Italiaans kwamen. Voor de lezers kwam de tekst klunzig over, omdat de stijl niet aan hen was aangepast. Daarbuiten moet met de vertaler ook rekening houden met de lengte van de tekst en de foto's.

Er bestaan verschillende strategieën om toeristisch discours te vertalen. Merkaj vermeldt de twee mogelijkheden van Ortega: ofwel moet de vertaler de auteur van de tekst zo veel mogelijk gerust laten en de lezer naar hem toe brengen, ofwel moet hij de lezer zo veel mogelijk gerust laten en de auteur naar de lezer toe brengen. De eerste strategie is die van een "verlegen" vertaler. Merkaj doet verder niets met zijn strategieën en geeft er zelf drie: *foreignising*, *domestication* en *neutralisation*. Bij *foreignising* behoudt de vertaler de originele tekst in de originele woorden, alleen in een andere taal. Die strategie toont de overeenkomsten tussen de talen en culturen, maar negeert de emoties en het begrip van de lezer. Bij *domestication* worden de auteur en de broncultuur onzichtbaar, de tekst wordt aan het doelpubliek van de vertaling aangepast. De strategie wordt gebruikt wanneer het niet lukt om *foreignising* toe te passen, dat is liefst zo weinig mogelijk. Bij *neutralisation* wordt de culturele boodschap overgebracht zonder de leesbaarheid en de acceptabiliteit te verliezen, toch is de strategie geen combinatie van de twee vorige strategieën. De vertaler is zich de hele tijd bewust van wat wordt vertaald om aan de noden van de lezer te voldoen en equivalenten te vinden. Hoe belangrijker de taal van het origineel is, hoe trouwer wordt vertaald. Binnen *neutralisation* zijn er zeven methodes om met verschillende soorten teksten om te gaan, in dalende graad van compatibiliteit zijn dat analyse van de componenten, modulatie, beschrijvend equivalent, functioneel equivalent, cultureel equivalent, synonymie en parafraze.

[Verband met mijn masterproef](#)

Van de kenmerken van toeristisch discours die Merkaj geeft, vind ik er maar enkele terug in *Le guide des randonnées et voyages à pied*. Dat zijn het gebrek aan identificatie van een zender en de monologische stijl.

Die laatste eigenschap ook niet altijd: in de gids wisselen een monologische en een dialogische stijl elkaar af. De ene keer zijn de beschrijvingen dus heel onpersoonlijk, terwijl ze de andere keer persoonlijker zijn door het gebruik van “nous” en “vous”. Euforie en tautologieën zijn niet dadelijk terug te vinden, waarschijnlijk omdat de gids geen traditionele reisgids is die een enkele bestemming wil verkopen.

Merkaj geeft aan dat een vertaler best naar zijn moedertaal werkt om onder andere onacceptabele en onwaarschijnlijke collocaties te vermijden. Op dat vlak ben ik het volledig met haar eens, omdat ik tijdens het vertalen heb gemerkt dat het soms zelfs als moedertaalspreker moeilijk is om aan te voelen of bepaalde uitdrukkingen deel uitmaken van de standaardtaal of niet. Om daar zeker van te zijn, bestaan er natuurlijk wel naslagwerken.

Zoals eerder vermeld, is de vertaling van eigennamen moeilijk. In de gids kwamen er eigennamen van reisorganisaties, natuurparken en historische figuren voor. De namen van de reisorganisaties behield ik, omdat het volgens mij voor de lezers geen meerwaarde is om daar een vertaling van te krijgen, ook al bevatten die namen vaak een verwijzing naar wandelen of avontuur. Door ze te behouden, is het net makkelijker voor de lezers om de organisaties terug te vinden. De namen van de natuurparken vertaalde ik wel, zo werd het “Parc naturel régional de Brière” bijvoorbeeld het “Regionaal Natuurpark van Brière”. Die naam vond ik op Nederlandstalige websites over regionale natuurparken in Frankrijk, een website die de lezers ook kunnen raadplegen. Bovendien wordt de herkenbaarheid toch nog behouden omdat “Brière” deel blijft uitmaken van de Nederlandstalige naam. Met de namen van de historische figuren ging ik op verschillende manieren om. Théodore Monod bleef in het Nederlands exact hetzelfde als in het Frans, omdat er geen vernederlandste naam voor bestaat. Ik voegde wel een voetnoot in omdat de gemiddelde Nederlandstalig volgens mij niet weet wie hij was. Saint-Exupéry zijn naam werd aangevuld met zijn voornaam om een meer parallelle opbouw te krijgen. Hoewel veel Nederlandstaligen zijn werk *De kleine prins (Le Petit Prince)* kennen, zullen ze hem waarschijnlijk daar niet mee in verband brengen, daarom daar ook een voetnoot. Lawrence d’Arabie is onder Nederlandstaligen bekend als Lawrence van Arabië, zijn naam werd dus wel vertaald en eveneens met een voetnoot aangevuld.

De gebruikte strategie is neutralisation: de boodschap van de tekst werd overgebracht zonder dat dat ten koste van de leesbaarheid en acceptabiliteit ging. Voordien dacht ik dat ik de domesticationstrategie had toegepast, maar achteraf bekeken is de boodschap helemaal niet verloren gegaan of veranderd.

16. Lost and Found in Translating Tourist Texts: Domesticating, Foreignising or Neutralising Approach (Sanning, 2010)

Samenvatting

Bij toeristische vertaling zijn zowel culturele vertaling (“cultural translation”) als vertaalcultuur (“translating culture”) nodig. Culturele vertaling is een dynamisch proces waarbij culturele concepten worden overgebracht nadat de vertaler ze begrepen heeft. Iedereen die en alles dat in de interactie van de vertaling is betrokken, ondergaat een verandering. Vertaalcultuur daarentegen is de handeling waarbij een betekenis in een andere taal wordt weergegeven. Cultuur bestaat uit ingebakken patronen in de kennis, het geloof en het gedrag van de mens en houdt verband met de menselijke capaciteit om te leren en kennis over te brengen. Taal, ideeën, geloof, gewoontes, taboes, codes, instellingen, technieken, kunstwerken, rituelen, ceremonies en symbolen maken er deel van uit. Toeristische attracties zijn dikwijls sterk met de cultuur van een land vervlochten, die is onder andere aan zijn geschiedenis en geografie gelinkt.

Het doel van toeristische teksten is schilderachtige plekken voorstellen aan de lezers, er relevante informatie over geven en de lezers in staat stellen om er kennis over op te doen en ervan te genieten (door er naartoe te gaan). De teksten zijn daarom informatief, intrigerend, realistisch, praktisch, cultureel, educatief, humoristisch en poëtisch. Hoewel ze één dominante functie hebben, afhankelijk van de situatie, mogen de andere functies niet worden genegeerd. De functies zijn expressief, informatief, vocatief en esthetisch. De expressieve functie drukt de gevoelens van de auteur uit, de informatieve duidt een buitentalige werkelijkheid aan en kan als een soort van “voorschot” op de volgende en belangrijkste functie worden gezien. De vocatieve functie probeert de lezer aan te sporen om te doen, te denken en te voelen zoals de auteur van de tekst. Door de aandacht te trekken, dan interesse te wekken en vervolgens indruk te maken, is het de bedoeling dat de lezers kennis opdoen en door het lezen van de gids de plaats willen bezoeken. Daarbij houdt de auteur rekening met het feit dat reisgidsen populair leesvoer zijn voor gewone mensen. Belangrijke factoren van de functie zijn de relatie tussen de auteur en de lezers, begrijpelijke taal voor de lezers en het informatiegehalte van de tekst, aangezien de potentiële toeristen relevante en gedetailleerde informatie willen over de locatie, het historische belang en de culturele tradities. Ten slotte is er nog de esthetische functie: toeristische teksten zijn namelijk vaak kort en goed gestructureerd, ze bevatten bondige en sprankelende taal.

Bij het vertalen van zulke teksten is het meest ideale om teksten met een overwegend expressieve functie semantisch te vertalen en teksten met overwegend informatieve en vocatieve functies communicatief te vertalen. Een communicatieve vertaling brengt de contextuele betekenis exact over om de inhoud en de taal acceptabel en begrijpelijk te maken. Daarbij mag de expressieve functie niet worden vergeten. Ook de genreconventies moeten in acht worden genomen, die komen voort uit de standaardisering van (toeristen)communicatie. Bovendien groeien sommige conventionele vormen zelfs uit tot sociale normen, daarbij zijn de informatie en stijl dikwijls belangrijker dan de talige vorm.

Er bestaan twee klassieke strategieën voor de vertaling van toeristische teksten. Volgens de “domesticating”-strategie moet in een transparante, vloeiende, zelfs onzichtbare stijl worden vertaald om de uitheemse trekjes van de doeltekst te minimaliseren. Veel Westerse vertalers verkiezen de techniek omdat die de vertalingen zo verstaanbaar mogelijk maakt voor het doelpubliek. Het zwakste punt van de strategie is dat culturele en historische elementen verloren kunnen gaan. Een voorbeeld is de Engelse vertaling “Marco Polo Bridge” van het Chinese “Lugouqiao”, die geeft wel informatie over de geschiedenis van de brug maar niet over de culturele waarde ervan. De “foreignising”-strategie springt trouwer om met de centrale ideeën van de brontekst zoals culturele achtergrond, historische feiten, esthetische waarden, natuurlijke landschappen enz. De vertaler behoudt de talige en culturele verschillen, waaronder semantische lacunes, en verspreidt de verschillende culturen. Het voordeel is dat culturele en historische factoren uit de brontaal worden getoond en dat de parallellen tussen de verschillende talen worden weergegeven. Het nadeel is dat de emotie en het begrip van de lezer buiten beschouwing worden gelaten.

Een derde en dus nieuwe strategie is de “neutralising”-strategie, die geeft meer vrijheid aan de vertaler en bestaat uit drie grote stappen. Eerst moet de vertaler zich bewust worden van de eigenschappen van de toeristische tekst, oordelen wat voor soort tekst hij vertaalt en wat de verschillen tussen het origineel en de doeltekst zijn. Daarvoor moet hij analyseren wat het doelpubliek zou kunnen voelen en beslissen welke functie dominant is. Ten tweede moet hij de noden van zijn publiek identificeren, begrijpen en eraan voldoen. Ten derde moet hij equivalentie bereiken tussen bron- en doeltaal op vlak van informatie, concepten en esthetiek. Binnen de strategie heeft de vertaler de keuze tussen het informatieprincipe, het associatieprincipe en het conceptprincipe. Bij het informatieprincipe geeft hij de lezers genoeg informatie om de cultuur en geschiedenis van de brontekst te helpen begrijpen hoewel die niet altijd in het origineel vervat zit. Het principe sluit het meest aan bij de informatieve functie, het doel is namelijk een equivalent bereiken qua informatie. De lezer zou wel eens onder de indruk kunnen zijn bij het lezen van de extra informatie, bijvoorbeeld in het geval van een Chinees

verhaal waarbij wordt vermeld dat het zich in 1402 afspeelde, 70 jaar voor de ontdekking van Amerika door Columbus. Bij het associatieprincipe is het de bedoeling om beide culturen te behouden. Het principe kan helpen culturele leemtes te vullen, verbanden tussen de culturen te leggen en de vocatieve functie te vervullen. Door verbanden met de eigen cultuur te leggen, kan het wederzijdse begrip tussen de culturen worden versterkt. Een voorbeeld daarvan is de vertaling van de titel van een verhaal waarin twee geliefden in vlinders veranderen: die kan worden vertaald als de “Butterfly lovers”, maar misschien nog beter door “Romeo and Juliet of China”. Het conceptprincipe wordt gebruikt voor zinnen of woorden met culturele elementen waarvan de cultuurspecifieke conceptuele betekenis niet kan worden weergegeven. Zo bevatten de namen van veel Chinese toeristische attracties plaatsen en namen uit verhalen die in het Engels niet bestaan. De functie van het principe is culturele en historische concepten van de brontaal overbrengen en de lezer daarop laten focussen.

Er zijn drie grote strategieën voor het vertalen van toeristische teksten. Sanning verkiest de “naturalising”-strategie en is mindere fan van de “domesticating”-strategie. Welke strategie de vertaler ook kiest, het is onoverkomelijk om elementen uit de brontekst te verliezen.

[Verband met mijn masterproef](#)

Het werk van Sanning heeft net als de meeste werken over toeristische vertaling vooral betrekking op culturele elementen en hun vertaling. De meeste toeristische teksten zitten namelijk vol culturele elementen, maar in dat opzicht is *Le guide des randonnées et voyages à pied* anders. Hij is vooral een praktische gids voor mensen die een wandelvakantie of trektocht willen ondernemen. De dominante functie is dan ook de informatieve en niet de vocatieve functie. De gids wil niet zozeer overtuigen om een wandelvakantie te doen, maar eerder informeren over welke mogelijkheden er zijn.

Het doelpubliek is dus eigenlijk al overtuigd voor het lezen van de tekst die alle mogelijkheden nog eens op een gelijke manier op een rijtje zet. Het speciale karakter van de gids zorgt ook dat het moeilijk is om de genreconventies te bepalen, want over de talige kenmerken en conventies van zulke gespecialiseerde reisguides is weinig tot geen informatie te vinden.

De “domesticating”- en “foreignising”-strategie gebruikte ik niet omdat er eigenlijk weinig vreemde elementen aanwezig waren in de tekst, behalve enkele namen van historische figuren en natuurparken. Die namen pakte ik met de “neutralising”-strategie aan: de functie van de tekst bepalen en de verschillen zoeken tussen origineel en vertaling, proberen te voldoen aan de noden van het

doelpubliek en equivalentie zoeken tussen bron- en doeltekst. De elementen waarbij ik het vaakst stilstond, waren de verschillen in taaleigen tussen het Frans en het Nederlands en dingen die moeilijk te begrijpen waren of waarvoor niet dadelijk een equivalent woord bestaat in het Nederlands. Het informatieprincipe kwam een keer van pas bij de namen van historische figuren, daar hebben Nederlandstalige lezers namelijk extra duiding bij nodig. Het associatieprincipe was daarbij niet geschikt omdat er niet dadelijk een equivalent van een bekende ontdekkingsreiziger in dezelfde omstandigheden voorhanden was zoals Romeo en Julia bij de “vlindergeliefden”. Het conceptprincipe kwam van pas toen het begrip “outils sonores et tactiles” moest worden vertaald, maar niet in het culturele opzicht van Sanning. “Elementen om naar te luisteren en aan te voelen” bleek de oplossing die conceptueel het dichtst in de buurt kwam.

17. The language of tourism: translating terms in tourist texts (Skibitska, 2015)

Samenvatting

De communicatie die in toerisme tussen professionals, toeristen en de lokale bevolking plaatsvindt, is een interessant onderzoeksdomein. Dat is relevant om de interculturele aspecten van het vertaalproces van toeristische teksten te bestuderen. Tussen de verschillende soorten toeristische teksten verschilt het niveau van specialisatie op basis van de bestemming en het doelpubliek (professionals, toeristen, ...).

Er is al eerder geschreven over toeristische teksten en hun vertaling, dikwijls zelfs negatieve commentaren over de kwaliteit ervan. Ook de verschillende dimensies van het vertalen van toeristische teksten kwamen al aan bod. Onderzoekers uit verschillende landen bewezen bovendien dat toeristische taal tot het gespecialiseerd discours behoort. Toeristische terminologie daarentegen werd amper bestudeerd. Toch is er nood aan zorgvuldig onderzoek naar soorten toeristische termen, hun graad van specialisatie en hun vertaling.

Voor dit onderzoek analyseerde Skibitska honderdvijftig Engelse toeristische teksten en hun Oekraïense of Russische vertalingen. Met toeristische teksten worden geschreven teksten voor gebruik in het toerisme bedoeld, zulke teksten beschrijven, informeren en maken reclame. Het empirisch onderzoek bestond uit vier grote stappen. De eerste stap was de “termdichtheid” van drie soorten toeristische teksten vergelijken, meer bepaald beschrijvingen van bestemmingen (1), hotelinformatie (2) en professioneel toeristisch materiaal (3). Daarvoor berekende Skibitska de woord- en de termdichtheid van de teksten en vergeleek daarna de resultaten van de Engelse en Oekraïense/Russische teksten. De eerste stap kan worden gezien als een poging om te bewijzen dat hoe professioneler een tekst georiënteerd is, hoe hoger de termdichtheid is. De graad van specialisatie zou met andere woorden verband houden met het doelpubliek. Stap twee bestond eruit om de vertaalstrategieën te bestuderen, daarvoor werden de termen volgens hun gebruiksveld in groepen ingedeeld. Die stap komt met de hypothese overeen dat de strategie in functie van het doelpubliek wordt bepaald. In stap drie werd de kwaliteit van de toeristische teksten vastgesteld door de fouten te analyseren en hen in de categorieën zwaar en minder zwaar onder te brengen. Bij de vierde en laatste stap werden de mogelijkheden voor de standaardisering van toeristische termen onderzocht.

Uit het onderzoek blijkt dat de woorddichtheid in teksten voor professionelen lager is, terwijl de termdichtheid daar hoger is. Informatie-uitwisseling tussen professionals bevat dus meer terminologie en minder algemene woordenschat. Tussen het Engelse en het Russisch/ Oekraïens zijn er verschillen in de resultaten door de verschillende taalstructuur.

De termen uit de teksten kunnen in groepen worden verdeeld: soorten toerisme (culinair toerisme, ruimtetoerisme enz.), professionals uit de industrie (gids, reisagent enz.), accommodatie (reservatie, check-in enz.), catering (buffet, à la carte enz.), transport (gate, shuttle enz.), excursies (stadsgids, erfgoed-site enz.) en afkortingen (BA, SPO enz.). Die indeling is relatief omdat sommige termen ook onder een andere categorie kunnen worden ondergebracht en omdat de afkortingen eigenlijk in alle categorieën thuishoren. Het probleem is dat de culturen niet exact dezelfde concepten hebben. Het ideaal van één term voor één concept klopt dus niet altijd en zorgt voor misleiding. Een voorbeeld daarvan is de grootte van het bed, “king size” betekent namelijk niet overal exact hetzelfde. Ook synonymie en polysemie zorgen voor problemen, polysemie komt vooral voor bij afkortingen.

De meest gebruikte strategieën om toeristisch discours te vertalen hangen van het talenpaar en vooral van de doeltaal af. Algemeen gezien komen transliteratie (woorden omzetten van de ene naar de andere taal), calque (letterlijke vertaling), “gloss translation” (vertalen met extra uitleg) en een combinatie van die strategieën het meest voor. Het gebruik van functionele equivalenten (termen die in de doeltaal al bestonden voor ongeveer hetzelfde concept) komt minder voor omdat er daarvoor eerst al een equivalente term moet bestaan in de doeltaal. “Zero translation” (weglating) en toevoeging komen nog minder voor. “Rudimentaire vertalers” behouden soms ook gewoon brontaaltermen in de doeltaal. Voor de vertaling van het eerste type toeristische teksten gebruiken vertalers meestal functionele equivalenten, neutralisering en toevoegingen. Voor het tweede type gebruiken ze eerder calques, transliteratie en functionele equivalenten, voor het derde type calques, functionele equivalenten en overdracht. “Gloss translation” komt minder voor dan verwacht. Het Engels is de lingua franca van het toerisme en is een bron voor termen in andere talen.

Om de kwaliteit van toeristische vertalingen te garanderen zijn er geen algemene criteria, de kwaliteit hangt onder andere van de tekstsoort, de brontekst en de conventies in de doeltaal af. De meest relevante criteria voor een kwalitatieve vertaling zijn beknoptheid, accuraatheid en adequaatheid. In de beslissingen die de vertaler neemt, is de lezer de drijvende kracht en de opdrachtgever de beslissingscoördinerende factor.

Vooraf fouten ondermijnen de kwaliteit van de vertaling. Die zijn volgens Skibitska in drie categorieën onder te verdelen: vertaalfout, verkeerde interpretatie en niet-vertaling. Vertaalfouten zijn zware fouten en zorgen dat de communicatie misloopt, dikwijls worden ze door een gebrek aan linguïstische competentie veroorzaakt. Een voorbeeld is “windsurfing” dat in de Russische vertaling tot “surfing” wordt afgevlakt, maar conceptueel zijn de twee termen niet equivalent. Verkeerde interpretaties zorgen ervoor dat het communicatieve effect minder groot is, dikwijls komen ze door gebrekkige kennis van de vertaler. Een voorbeeld is “family-owned” dat ineens “family-oriented” wordt en dus bijgevolg misleidende informatie geeft. Niet-vertaling is afhankelijk van de context al dan niet een zware fout, in het voorbeeld worden er enkele watersporten gewoon weggelaten.

Binnen de toeristische terminologie zijn er enorme verschillen door de talige en conceptuele verschillen tussen culturen. Als de terminologie zou worden gestandaardiseerd, zou dat als voordeel hebben dat de kwaliteit van toeristische vertalingen erop vooruit gaat. Het communicatieve effect van de brontekst zou bij de doelttekst beter nagebootst kunnen worden en de tekst zou preciezer zijn. Toch zijn er nog enkele beperkingen zoals de aard van het concept toerisme en de snelle ontwikkeling van het toerisme met nieuwe concepten en nieuwe terminologie tot gevolg.

[Verband met mijn masterproef](#)

In het geval van de reisgids in deze masterproef vindt de communicatie tussen professionals en potentiële toeristen plaats. De gids is redelijk algemeen en geeft informatie over mogelijke terreinen, de voorbereiding, wandelen met kinderen en dieren, specifieke bestemmingen enz. De lezers hebben dus niet noodzakelijk voorkennis over wandelvakanties en/of trektochten. Omwille van die reden bevat de gids een mix van algemene woordenschat en specifieke terminologie die voor beginners toch niet te gespecialiseerd is om te begrijpen.

Van het feit dat het Engels de lingua franca van het toerisme is, heb ik in *Le Guide des randonnées et voyages à pied* niets gemerkt. Mijn hypothese (gebaseerd op mijn ervaringen op Erasmus in Angers) is dat dat vooral in andere landen het geval is, maar niet in Frankrijk.

De termen uit *Le guide des randonnées et voyages à pied* zijn niet allemaal in dezelfde categorieën onder te brengen als die van Skibitska omdat de gids specifiek is. Er zijn wel termen voor de categorie “soorten toerisme”, aangezien het in de gids gaat over sportief, cultureel en avontuurlijk reizen. Ook de categorieën “accommodatie” en “professionals” kwamen voor in het deel dat ik vertaalde.

Andere categorieën, bijvoorbeeld “transport” en “excursies” waren minder van toepassing omdat een wandelreis te voet wordt afgelegd en de reiziger onderweg dingen kan zien, maar daarvoor niet op excursie hoeft te gaan. Verder kwamen er nog veel termen voor die bijvoorbeeld onder mijn eigen categorieën “geografie” en “reisgezelschap” zouden passen.

Zoals Skibitska vermeldt, is er in toeristisch discours niet altijd de ideale een-op-een-relatie tussen termen en concepten. Zo waren er bij het vertalen soms ook meerdere opties om bepaalde Franse woorden te vertalen.. “Facilité d’approche” kon namelijk afhankelijk van de context, aanduiden dat de wandeling makkelijk is om aan te beginnen, dat de paden makkelijk toegankelijk zijn enz.

Fouten waren absoluut te vermijden, daarom vertaalde ik, herlas ik het nog eens alvorens het naar mijn promotor te sturen. Die volgde mijn vertaling nauwkeurig op, daarna ging ik aan de slag met zijn suggesties, las ik het zelf nog eens na en liet het daarna nog door een derde persoon nalezen. Wanneer er twijfels waren, zocht ik opnieuw in parallelteksten of vroeg ik aan bevriende Franstaligen hoe zij erover dachten.

18. Textual practices and audience design: an interactive view of the tourist brochure

(Mason, 2004)

Samenvatting

Toeristische brochures uit verschillende culturen vertonen gelijkenissen op vlak van formaat, lay-out en design. Door die herkenbaarheid wordt het werk van de vertaler iets makkelijker. Toch is er veel diversiteit tussen en in brochures, maar op basis van onze intuïtie is het niet moeilijk om brochures van andere tekstsoorten te onderscheiden.

De veelzijdigheid van het tekstgenre toont zich in de verschillende functies ervan: de teksten zijn namelijk descriptief, narratief, instructief enz. In zekere mate is de focus op bepaalde teksttypes in een document voorspelbaar. Hakim en Mason categoriseerden de teksttypes naargelang hun typologische focus. Als de focus op expositie ligt, kan de tekst narratief, descriptief of conceptueel zijn. Een narratieve tekst vertelt iets in een verhalende vorm, een descriptieve tekst geeft uitgebreide beschrijvingen en een conceptuele tekst geeft uitleg over een bepaald concept. Teksten met de focus op argumentatie bevatten argumenten of tegenargumenten. Als de focus op instructie ligt, zijn die instructies optioneel of niet-optioneel. Een tekst waarin de toerist wordt geïnformeerd dat hij informatie kan verkrijgen op een adres, via telefoon of via mail bevat optionele instructies, een tekst die iets verbiedt, bevat niet-optionele instructies. Het subgenre instructieve tekst bevat dikwijls praktische of algemene informatie, daarvan zijn de textuur en structuur redelijk voorspelbaar en heeft de vertaling weinig mediatie nodig.

Tegenwoordig worden in typische West-Europese toeristische brochures de tekstfuncties meestal apart gehouden, daardoor zijn de brochures makkelijk in herkenbare subgenres op te delen, bijvoorbeeld gegidste rondleiding, praktische informatie enz. De tekstuele realisatie van de brochures is dikwijls stereotiep qua formaat en uitdrukkingen. De stijl varieert daarentegen nog al eens, maar die houdt verband met audience design.

In audience design wordt de interactie van teksten geanalyseerd, die gebeurt tussen de producent van de brontekst, de opdrachtgever, de vertaler, de klant en potentiële lezers. Die laatsten hebben invloed op de stijl van de auteur of vertaler. Doordat er in geschreven teksten geen echte interactie kan zijn tussen de verschillende groepen, gebeurt het design op basis van wederzijdse aannames over elkaar. Ook de coherentie van een tekst heeft met audience design te maken, aangezien die voortkomt uit de relatie tussen aanwezige kennis en nieuwe inzichten in de tekst. Coherentie kan nieuwe aannames creëren, versterken of wegwerken.

Wederzijdse erkenning tussen de verschillende spelers is de sleutel tot referee design, dat is het gebruik van talige kenmerken die met een bepaalde groep mensen worden geassocieerd om te zorgen dat iemand zich meer met een bepaalde groep identificeert. In verband met referees bestaan er zowel referee in-groups als referee out-groups, het lidmaatschap in een van die groepen beïnvloedt de auteur van de tekst. In toeristische brochures beschouwt die zich vaak als lid van een groep (referee in-group) en gebruikt hij dat om een bestemming voor te stellen aan mensen die geen lid zijn van de groep.

Afhankelijk van in welke groep de auteur zichzelf ziet, gebruikt hij een andere stijl. De volledig onpersoonlijke stijl wordt steeds minder gebruikelijk in Engelse toeristische brochures, maar blijft wel in Franse en Engelse brochures voorkomen. In West-Europa is er wel een trend te zien waarbij er twijfel is in de manier om de lezer aan te spreken. Die twijfel weerspiegelt de geleidelijke overgang van een onpersoonlijke naar een interpersoonlijke stijl die in elke taal voorkomt. Vertalers houden zich dikwijls aan de stijl van het origineel en dus de brontaalconventies, dat wordt duidelijk door het gebruik van passieve vormen in vertalingen.

[Verband met mijn masterproef](#)

Hoewel de tekst van Mason het over toeristische brochures heeft, zijn sommige elementen volgens mij toch ook op reisgidsen toepasbaar. Zo heeft hij het over de herkenbaarheid van toeristische brochures over grenzen en dus culturen heen, volgens mij bestaat die herkenbaarheid ook in het genre reisgids. Er zijn wel verschillende soorten en subgenres, maar toch kunnen we intuïtief bepalen of iets een reisgids is of niet.

De West-Europese tendens om in brochures verschillende subgenres apart te houden is daarentegen niet toepasbaar op reisgidsen volgens mij. Dat komt omdat reisgidsen bij voorkeur informatie geven over bijvoorbeeld reisconcepten én plaatsen beschrijven én argumenten geven om ergens naartoe te gaan én contactgegevens van organisaties aanbieden.

De theorie over audience design geldt dan weer voor elke tekst. Als de auteur rekening houdt met het publiek - al dan niet op basis van aannames - is de tekst meer aan dat publiek aangepast en dus aantrekkelijker. Voor mijn vertaling probeerde ik me ook een doelpubliek voor te stellen.

Mijn publiek zou van elke leeftijd en van elk geslacht kunnen zijn, waarschijnlijk niet erg veel ervaring hebben met wandelvakanties of trektochten, maar er wel interesse voor hebben en Nederlandstalig zijn. Op basis van die kenmerken maakte ik vertaalkeuzes: de aanspreekvorm werd bijvoorbeeld “u” om bepaalde lezers niet voor het hoofd te stoten en elk concept moest duidelijk worden uitgelegd. Tijdens de voorstelling van mijn voorlopige masterproef in januari en dus na het vertaalproces, kwam er van een jurylid een opmerking over het doelpubliek. Volgens hem behoren mensen die wandelvakanties en trektochten doen tot een soort van intellectuele elite. Aangezien daarover geen literatuur te vinden is, heb ik over de opmerking nagedacht, maar geen aanpassingen gedaan omwille ervan. De stijl van het Frans origineel deed me ook niet echt de indruk krijgen dat het voor een echt intellectueel publiek werd geschreven, dus ging ik ervan uit dat de gids voor een breder publiek is bestemd. Natuurlijk zijn dat allemaal aannames, maar het kan niet echt anders in audience design van geschreven teksten.

Mason merkte op dat West-Europese reisgidsen dikwijls verschillende stijlen bevatten en zo van een onpersoonlijke naar interpersoonlijke stijl gaan. In *Le guide des randonnées et voyages à pied* is dat ook het geval: er worden zowel onpersoonlijke zinnen als u-vormen gebruikt. In de vertaling nam ik die stijl over omdat alles onpersoonlijk maken geen goed idee leek. Toch zou alles met heel veel aansprekingen (bijna in elke zin) persoonlijk maken volgens mij ook een onaangename stijl opleveren. Het feit dat ik zelf deel uitmaak van het potentiële doelpubliek hielp bij zulke keuzes.

19. Tourism communication: the translator's responsibility in the translation of cultural difference (Agorni, 2012)

Samenvatting

Toeristische taal wordt in duidelijk gedefinieerde, gevarieerde contexten door zowel professionals als toeristen gebruikt. Die veelzijdigheid zorgt ervoor dat toeristische taal complex is. De specificiteit van de taal situeert zich niet zozeer op lexicaal of grammaticaal niveau, maar vooral op communicatief niveau. De vertaler en auteur gebruiken discursieve en tekstuele strategieën om bij allerlei soorten toeristische activiteiten tot een succesvolle interactie te komen. Wie precies tot dat publiek van toeristen hoort, is moeilijk te bepalen. Toeristen identificeren zich dan wel makkelijk met elkaar, maar hun voorkennis en ervaringen definiëren is moeilijk, omdat iedereen toerist kan zijn. Bovendien sluit toeristische taal ook dikwijls bij andere disciplines zoals geografie, cultuur enz. aan.

Om toeristische teksten van de ene naar de ander taal en dus cultuur om te zetten, zijn er vertalers nodig die ook de rol van mediator op zich nemen. Vooral hun capaciteit om kennis over te brengen is belangrijk, zo maken ze kennis beschikbaar voor het doelpubliek. Ze doen dat door de tekst op verschillende vlakken aan de nieuwe communicatieve situatie aan te passen, afhankelijk van de situatie varieert de graad van mediatie. Bij vertaalbeslissingen is er altijd een spanning tussen “foreignization” en “domestication”, omdat te veel vreemde elementen de communicatie met het doelpubliek kunnen verstoren. Toch mogen ook niet te veel elementen van de brontekst verloren gaan. De vertaler moet dus het juiste evenwicht vinden tussen toegankelijke, aantrekkelijke informatie geven en terwijl de culturele verschillen strategisch wegwerken. Dat doet hij door verschillende vertaalstrategieën te gebruiken op tekstueel en cross-cultureel vlak. Ook voor de vertaler is de grootste moeilijkheid dat de identiteit van het doelpubliek moeilijk te definiëren is. Toch moet hij proberen in te schatten hoeveel en welke achtergrondkennis dat doelpubliek heeft en moet hij zich bewust zijn van het feit dat zijn vertaalbeslissingen invloed hebben op de kennis en de appreciatie van het doelpubliek.

In het artikel van Agorni worden een Italiaanse en een Engelse (vertaald uit het Italiaans) tekst vergeleken. Ze werden beide gepubliceerd in een vliegtuigmagazine en dienen dus voor hetzelfde publiek. De twee belangrijkste functies van de teksten zijn informeren en overtuigen. De titel verwijst naar de Italiaanse antiektraditie en is in het Engels minder “betoverend” dan in het Italiaans.

De vertaler verkoos duidelijk de pragmatische effecten boven de semantische accuraatheid van de teksten, hij gebruikte bijvoorbeeld “flea market” voor een ander concept dat dat woord in het Engels aanduidt. In de teksten zijn ook veel metaforen te vinden, waarvan de vertaler de retorische functie probeerde te reproduceren. Ten slotte is er ook veel evaluatieve taal in de teksten aanwezig, meer bepaald in de vorm van positieve beschrijvingen.

[Verband met mijn masterproef](#)

Hoewel dat misschien zo lijkt, is het ook bij specifieke reisgidsen moeilijk om het publiek en zijn eigenschappen te bepalen. Het publiek heeft dan wel een specifiekere interesse, maar kan nog uit mensen van verschillende leeftijden en klassen met andere ervaringen of achtergrondkennis bestaan. Waar toeristische teksten in gevarieerde contexten voorkomen, is dat voor *Le guide des randonnées et voyages à pied* anders. Het publiek van de gids kan dan wel heel verschillend zijn, maar de auteurs zijn professionals en het wordt altijd in een context gelezen waar interesse is om een wandelvakantie of trektocht te doen. De gids is zo naar het Nederlands vertaald dat wandelaars van elk niveau alles zouden moeten kunnen begrijpen. Het *Carnet du randonneur* bevatte vooral algemene informatie zonder al te veel culturele verwijzingen. Als die er al waren, koos ik ervoor om extra uitleg te geven in de voetnoten. De verschillen tussen de vertaling en het origineel zijn vooral gelinkt aan het verschillende taaleigen van het Frans en het Nederlands, bijvoorbeeld de drang naar nominalisering van het Frans. Het opvallende verschil tussen de Italiaanse en Engelse titel in het werk van Agorni herinnerde me aan enkele aanpassingen die ik deed. De grootste aanpassingen gebeurden in het voorwoord en in een titel. Waar in het voorwoord “bonnes randos à tous” staat, staat in de vertaling “veel wandelplezier” en de titel “Carnet du randonneur” werd in het Nederlands “Handboek voor trekkers”. Die vrijere vertalingen zijn het resultaat van onderzoekwerk in Nederlandstalige parallelteksten en mijn eigen taalgevoel. Ook bij andere vertaalmoeilijkheden baseerde ik me daarop, aangezien mijn zoektocht naar werken over kenmerken van Nederlandstalige toeristische teksten niets opleverde.

20. La compétence textuelle du français dans le tourisme (Bordeianu, 2015)

Samenvatting

De toenemende toeristische mobiliteit zorgde in de jaren zestig voor nood aan een gespecialiseerde taal rond dat onderwerp, daardoor ontstond het “français sur objectifs spécifiques” (FOS). Men onderscheidt drie grote groepen tussen de mensen die FOS leren: mensen die om professionele redenen reizen, studenten of stagiairs die voor lange tijd in het buitenland verblijven en specialisten die in hun eigen land blijven. Door de blijvende groei van de sector en het grote aantal teksten dat daardoor moet worden geproduceerd en begrepen, is er in het domein van het toerisme nog steeds meer en meer behoefte aan mensen die de sector en het specifieke taalgebruik ervan kennen. Daarbij is het belangrijk dat makkelijke en duidelijke woordenschat wordt gebruikt om het begrip te vergemakkelijken. Om onder andere cultuurshocks te vermijden zijn ook kennis van de betreffende taal en cultuur mooi meegenomen. Reisgidsen moeten onder andere omwille van die reden door professionele vertalers worden vertaald.

Toeristische teksten kunnen op vier niveaus worden geclassificeerd. De eerste classificatie is volgens genrefamilie, genrefamilies zijn volgens de zender en de belangrijkste doelen van de tekst ingedeeld, een voorbeeld is het uitgeversgenre. De tweede classificatie is volgens macrogenre dat vaak een kruising van verschillende genres is qua kanaal en communicatief doel. Een voorbeeld daarvan zijn toeristische gidsen. Genres, de derde manier waarin kan worden geclassificeerd, hebben functionele en formele autonomie, bijvoorbeeld in reisprogramma's of beschrijvende gidsen. De vierde en laatste classificatie is thematisch volgens subgenre.

De genres kunnen gedetailleerd worden geanalyseerd door de factoren in de uitwerking te bekijken. Er zijn cultureel-ideologische factoren die met clichés, culturele shocks en factoren i.v.m. lokalisatie samenhangen. Informatie over de discursieve identiteiten wordt onder factoren van de communicatieve situatie geplaatst. Pragmatische factoren houden verband met de bedoeling van de communicatie en met de individuele taalhandelingen. Ten slotte kan aan de hand van linguïstische factoren de constructie van de boodschap worden geanalyseerd.

In de teksten zijn er vijf soorten linguïstische variatie mogelijk. In contextueel-interactieve dimensie is er een sterke afhankelijkheid van de context en is er actieve deelname van de “gesprekspartners” nodig. Talige kenmerken zijn bijvoorbeeld negatieve bijwoorden en de toekomstige tijd. De narratieve dimensie houdt een chronologische opvolging van gebeurtenissen in. Bij de gebiedende dimensie is er deelname van de “gesprekspartners” nodig en hun bedoelingen moeten duidelijk zijn.

Bij de dimensie van de discursieve modaliteit is het belangrijk om de houding van de sprekers te kennen. De informatieve dimensie houdt ten slotte een informatieoverdracht in waarbij onpersoonlijke en nominale vormen overheersen.

In de analyse van verschillende toeristische teksten onderscheidt Bordeianu drie soorten: descriptieve, informatief-verklarende en gebiedende teksten. Descriptieve teksten zijn de vaakst voorkomende toeristische teksten, het doel ervan is het publiek van iets te overtuigen. De teksten zijn onderworpen aan de grillen van de auteur en op basis daarvan vormt de lezer zich een beeld van het onderwerp. De belangrijkste functies zijn conatief, emotief en poëtisch, die vertalen zich in het gebruik van “vous”, “nous” en veel adjectieven, superlatieven, vergelijkingen enz. Meestal zijn ze geschreven in de tegenwoordige tijd. Informatief-verklarende teksten hebben als doel de lezer duidelijk te informeren en te overtuigen om voor een bestemming te kiezen, daarbij is vooral de referentiële functie van groot belang. De belangrijkste kenmerken zijn het gebruik van de tegenwoordige tijd, het gebrek aan persoonlijke meningen in de tekst en het gebruik van nominale vormen. Meestal vallen toeristische gidsen onder deze categorie. Gebiedende teksten verordenen iets of raden iets aan, daarbij zijn de poëtische, fatische en conatieve functie belangrijk. De belangrijkste kenmerken zijn imperatieven, infinitieven en de toekomstige tijd, standaardtaal en korte, makkelijke zinnen. In het toerisme komen de descriptieve en gebiedende teksten het meest voor.

Hoewel toeristische teksten en reclameteksten dikwijls worden gecombineerd, zijn er belangrijke verschillen. Toeristische teksten dienen om met argumenten een bestemming of activiteit te promoten, terwijl reclameteksten dienen om tot consumptie aan te zetten, meestal gebeurt dat via massamedia-kanalen. Ze trekken de aandacht, wekken interesse en proberen het publiek zonder echte argumenten tot actie te laten overgaan. Ook het gewone taalgebruik uit het toerisme steekt af tegen het musicale, beeldende, speciale taalgebruik uit de reclamewereld.

Verband met mijn masterproef

Net als andere teksten kan *Le guide des randonnées et voyages à pied* op vier niveaus worden geclassificeerd. Hij behoort tot de genrefamilie van de toeristische teksten, het macrogenre toeristische gids, het genre beschrijvende gids en het subgenre gespecialiseerde wandel- en trektochtgids. Die classificatie is gebaseerd op wat er in het werk van Bordeianu staat, maar de namen zoals “gespecialiseerde wandel- en trektochtgids” zijn daar niet op gebaseerd.

De gids onderbrengen in één van de drie voorgestelde tekstsoorten is moeilijker. Zowel descriptief als informatief-verklarend zou kunnen, maar de sterke referentiële functie en het gebrek aan persoonlijke mening trekken me over de streep om hem toch onder de tweede soort te plaatsen. Ook het gebruik van de tegenwoordige tijd en nominale vormen is duidelijk terug te vinden in de Franse brontekst. Een element van de descriptieve tekstsoort dat duidelijk terugkomt is het gebruik van “vous”, maar het gebeurt dikwijls dat een tekst kenmerken van andere tekstsoorten heeft.

Zoals Bordeianu vermeldt, is het belangrijk dat toeristische teksten door professionele vertalers worden vertaald. Zulke teksten lijken in eerste instantie misschien niet moeilijk, maar schijn bedriegt. Als professionele vertaler in spé merkte ik dat sommige vertaalmoeilijkheden meer denkwerk vereisen dan verwacht. Elke passage die ik vertaalde, bekeek ik achteraf nog minstens één keer opnieuw en daardoor kon ik zelf nog onnauwkeurigheden en fouten vinden. Daarna ging de vertaling nog door de handen van mijn promotor, hij duidde aan wat beter kon en daarmee ging ik dan opnieuw aan de slag. Het was dus een heel intensief proces. Er gebeurden achteraf vooral aanpassingen om het Nederlands het Frans minder te laten volgen en dus minder stroef te maken. De vertaling en de vertaalbeslissingen gebeurden allemaal op basis van bronnen (naslagwerken over taal en parallelteksten) en de kennis die ik in de opleiding heb opgedaan. Iemand die zomaar “uit de losse pols” zou vertalen, zou waarschijnlijk een ander resultaat bekomen zonder zich zorgen te maken over bijvoorbeeld stroeve constructies.

Bibliografie

- Agorni, A. (2012). Tourism communication : the translator's responsibility in the translation of cultural difference. *Pasos: Revista de turismo y patrimonio cultural*, 10 (4), 5-11.
- Beeckman, L. (2014). *Caractéristiques du langage touristique : analyse des traductions néerlandaises de brochures rédigées en français* [Masterproef]. Gent: Universiteit Gent Master in de Meertalige Communicatie.
- Bloemen, H. (1994). Onvertaalbaarheid: tussen theorie en praktijk van het vertalen. In R. van den Broeck. (Red.), *Bouwen aan Babel* (pp.11-23). Antwerpen: Katholieke Vlaamse Hogeschool.
- Bordeianu, M. (2015). *La compétence textuelle du français dans le tourisme* [Masterproef].. Valladolid: Universidad de Valladolid Grados en Lenguas Modernas y sus Literaturas.
- Carron, H. (2015). *Caractéristiques textuelles du discours touristique : une étude comparative des substantifs valorisants dans des brochures touristiques wallonnes et flamandes* [Masterproef]. Gent: Universiteit Gent Master in de Meertalige Communicatie.
- De Bauw, A. (2014). *Onderzoek naar de bruikbaarheid van de functionalistische vertaaltheorie voor het vertalen van toeristische teksten* [Masterproef]. Antwerpen: KU Leuven Master in het Vertalen.
- Deppe, B. (2015). *Interculturele transfer in de vertaling van reisgidsen. Een analyse van de vertaling (Frans-Nederlands) van reisgidsen over de Provence* [Masterproef]. Leuven: KU Leuven Master in de Taal- en Letterkunde.
- Durán Muñoz, I. (2012). Analysing common mistakes in translation of tourist texts (Spanish, English & German). *Onomázein*, 26, 335-349.
- Faccin, C. (2016). *Traduire le discours touristique. Langue et style du guide Lonely Planet du Québec* [Masterproef]. Padua: Università degli Studi di Padova Corso di Laurea Magistrale in Lingue Moderne per la Comunicazione e la Cooperazione Internazionale.
- Flaatrud, M. (2012). *Comment traduire le nom propre du français en norvégien ? Le cas de la traduction du guide touristique « Bonjour la Réunion »* [Masterproef]. Oslo: Universitetet i Oslo ILOS.
- Kelly, D. (1998). The translation of texts from the tourist sector : textual conventions, cultural distance and other constraints. *TRANS: revista de traductologia*, 2, 33-42.
- Leveau, A. (2016). *Caractéristiques d'une bonne traduction dans le domaine touristique : l'exemple des sites Internet* [Masterproef]. Genève: Université de Genève Maîtrise Universitaire en Traduction, mention Traduction Spécialisée.
- Mason, I. (2004). Textual practices and audience design : an interactive view of the tourist brochure. In M. Pilar Navarro Errasti, R. Lorés Sanz & S. Murillo Ornat. (Red.), *Pragmatics at work: the translation of tourist literature* (pp.157-176). Bern: Peter Lang AG.
- Merkaj, L. (2013). Tourist communication : a specialized discourse with difficulties in translation. *European Scientific Journal*, 2, 321-325.

Peja, J. (2016). *Traduction du discours touristique. Un cas d'étude : le guide Relais & Châteaux* [Masterproef]. Padua: Università degli Studi di Padova Corso di Laurea Magistrale in Lingue Moderne per la Comunicazione e la Cooperazione Internazionale.

Sanning, H. (2010). Lost and found in translating tourist texts : domesticating, foreignising or neutralising approach. *The Journal of Specialised Translation*, 13, 124-137.

Skibitska, O. (2015). The language of tourism : translating terms in tourist texts. *Translation Journal*, 18(4), geraadpleegd op 8 april 2017 van <http://www.translationjournal.net>

Surewaard, A. (2014). *Stijlvol vertalen / Traduire avec style. Nederlands – Français*. Antwerpen-Apeldoorn: Garant

Taleb, A. & Bendiab, Z. (2015). *L'écotourisme comme domaine d'application de la traduction* [Masterproef]. Tlemcen: Université Abou Bekr Belkaid Master en Traduction, Tourisme et Patrimoine Culturel.

Vael, E. (2009). *De website van de stad München: Vertaling en vertaalverantwoording van een toeristische tekst aan de hand van een functionalistische benadering* [Masterproef]. Antwerpen: Lessius Master in het Vertalen.

Bijlagen

EXTRAIT
Pour télécharger le guide complet,
rendez-vous en dernière page

Tous les ans
en France et dans

Le guide des randonnées et voyages à pied



LA VERSION COMPLETE DE VOTRE GUIDE
RANDONNEES A PIED (GUIDE DES)

en numérique ou en papier en 3 clics



à partir de

6.99€

Cliquer ici

Disponible sur



EDITION

Directeurs de collection et auteurs : Dominique AUZIAS et Jean-Paul LABOURDETTE

Auteurs : Corine LACRAMPE, Claire DELBOS, Albert GOUPIL, Jean-Paul LABOURDETTE, Dominique AUZIAS et alter

Directeur Editorial : Stéphan SZEREMETA

Rédaction France : François TOURNIE, Perrine GALAZKA, Talatah FAVREAU et Bénédicte PETIT

Rédaction Monde : Patrick MARINGE, Caroline MICHELOT, Morgane VESLIN, Pierre-Yves SOUCHET et Leena BRISACQ

FABRICATION

Responsable Studio : Sophie LECHERTIER assistée de Romain AUDREN

Maquette et Montage : Julie BORDES, Élodie CLAVIER, Sandrine MECKING, Delphine PAGANO et Laurie PILLOIS

Iconographie et Cartographie : Audrey LALOU

WEB ET NUMERIQUE

Directeur Web : Louis GENEAU de LAMARLIERE

Directeur technique : Lionel CAZAMAYOU

Chef de projet et développeurs : Jean-Marc REYMUND, Cédric MAILLOUX, Florian FAZER et Anthony GUYOT

Community Manager : Cyprien de CANSON

DIRECTION COMMERCIALE

Directrice des Régies : Caroline CHOLLET

Responsable Régies locales : Michel GRANSEIGNE

Relation Clientèle : Vimla MEETTOO et Sandra RUFFIEUX

Chefs de Publicité Régie nationale : Caroline AUBRY, François BRIANCON-MARJOLLET, Perrine DE CARNE MARCEIN, Caroline GENTELET, Florian MEYBERGER et Caroline PREAU

REGIE INTERNATIONALE

Chefs de Publicité : Jean-Marc PARAGUET, Guillaume LABOUREUR assistés d'Elisa MORLAND

DIFFUSION ET PROMOTION

Directrice des Ventes : Bénédicte MOULET assistée d'Aïssatou DIOP et Alicia FILANKEMBO

Responsable des ventes : Jean-Pierre GHEZ assisté de Nathalie GONCALVES

Relations Presse-Partenariats : Jean-Mary MARCHAL

ADMINISTRATION

Président : Jean-Paul LABOURDETTE

Directeur Administratif et Financier : Gérard BRODIN

Directrice des Ressources Humaines : Dina BOURDEAU assistée de Sandra MORAIS

Responsable informatique : Pascal LE GOFF

Responsable Comptabilité : Valérie DECOTTIGNIES assistée de Jeannine DEMIRDJIAN, Oumy DIOUF et Christelle MANEBARD

Recouvrement : Fabien BONNAN assisté de Sandra BRJLALL

Standard : Jehanne AOUMEUR

PETIT FUTE

RANDONNÉES À PIED (GUIDE DES)

Petit Fute a été fondé par Dominique AUZIAS.

Il est édité par Les Nouvelles Editions de l'Université

18, rue des Volontaires - 75015 Paris.

☎ 01 53 69 70 00 - Fax 01 42 73 15 24

Internet : www.petitfute.com

SAS au capital de 1 000 000 € - RC PARIS B 309 769 966

Couverture : © SWISSMEDIATION

Impression : GROUPE CORLET IMPRIMEUR - 14110 Condé-sur-Noireau

Dépôt légal : 06/12/2015

ISBN : 9782746992740

Pour nous contacter par email, indiquez le nom de famille en minuscule suivi de @petitfute.com

Pour le courrier des lecteurs : info@petitfute.com

Édito

Faites le premier pas ! La randonnée, plus ou moins sportive, version sentier de pays ou trekking vers le toit du monde, plus ou moins longue, plus ou moins lointaine, plus ou moins spirituelle ou culturelle, met les richesses du monde à vos pieds. Un pied devant l'autre... et recommencer ! Un bonheur, une passion, une philosophie, un loisir et un formidable bienfait. Marcher est une bouffée d'oxygène précieuse hors de la vie citadine et moderne, un retour à l'essentiel et l'occasion de découvrir des paysages naturels, le plus souvent en montagne, mais pas que. C'est aussi l'occasion de s'imprégner au mieux des écosystèmes et des pays différents : campagne, littoral, désert, jungle, savane et ville. Dans un rythme à taille humaine et une approche responsable et respectueuse de l'environnement. Une (dé) marche tout à fait éco-touristique.

Ce guide dédié à votre loisir favori propose un cahier pratique afin de vous préparer, vous équiper et vous informer. Nous avons aussi sélectionné et détaillé pour vous, amoureux de la marche à pied et d'un tourisme qui vous implique, dans toutes les régions de France et de nombreux pays dans le monde, quelques itinéraires dignes d'intérêt à différents titres : biodiversité, paysages, culture, patrimoine, rencontre avec les habitants, etc. Ainsi qu'une sélection de professionnels spécialisés dans ces destinations.

Enfin, profitez de nos cahiers spéciaux plus pointus sur le pèlerinage, la randonnée botaniste et la cueillette sauvage.

Bonnes randos à tous !



 **IMPRIMÉ EN FRANCE**

Sommaire

Carnet du randonneur

Se préparer	6
Choisir sa destination.....	6
Organiser son séjour	14
Argent, assurances et formalités.....	24
Forme, santé et alimentation	25
Condition physique	25
Santé.....	26
Hygiène.....	30
S'alimenter et s'hydrater.....	31
S'équiper	36
Pour la marche.....	36
Le sac à dos.....	42
Organiser son campement	44
S'orienter et se repérer.....	46
S'équiper ?	46
S'informer	52
La fédération	53
Les guides de randonnée	53
Presse spécialisée	57
Librairies spécialisées.....	57
Sur Internet.....	60
Salons – Événements	60

Randonnée et pèlerinage

Randonnée et pèlerinage	62
Saint-Jacques-de-Compostelle	62
Pèlerinages de Chartres	63
Le Tro Breiz.....	63
Pèlerinage en Moravie du sud	64

Randonnée botanique et cueillette sauvage

Randonnée botanique et cueillette sauvage ...	66
Les spécialistes	66
Cueillette et gastronomie sauvage sur la chaîne des Puy	67
Sur la piste de la pivoine sauvage de Ribiers en Buëch.....	68
Herboriser sur le Chemin de ronde de Molines-en-Champsaur	69

Circuits en France

Alsace	72
Aquitaine	74
Auvergne	77
Bourgogne	80
Bretagne	83
Centre	87
Champagne-Ardenne	91
Corse	93
Franche-Comté	96
Île-de-France	100
Languedoc-Roussillon	103
Limousin	108
Lorraine-Vosges	112
Midi-Pyrénées	117
Nord-Pas-de-Calais	122
Normandie	123
Pays de la Loire	127
Picardie	131
Poitou-Charentes	133
Provence-Alpes-Côte d'Azur	137
Rhône-Alpes	142
Guyane	150
Martinique	152
Guadeloupe	154
La Réunion	156

Circuits dans le monde

Europe	158
Albanie	158
Chypre	158
Croatie	162
Espagne.....	164
Grande-Bretagne.....	168
Grèce	169
Irlande.....	171
Italie.....	172
Lituanie	174
Malte	175
Monténégro	176
Portugal	177
Russie.....	178

Slovaquie.....	179	Thaïlande.....	204
Slovénie.....	179	Vietnam.....	205
Turquie.....	180	Amériques et Caraïbes	206
Afrique, Proche et Moyen-Orient.....	182	Argentine.....	206
Afrique du Sud.....	182	Bolivie.....	207
Cap-Vert.....	182	Brésil.....	207
Égypte.....	183	Canada.....	208
Iran.....	184	Chili.....	210
Jordanie.....	185	Colombie.....	211
Kenya et Namibie.....	186	Costa Rica.....	212
Liban.....	187	Cuba.....	213
Madagascar.....	188	Équateur.....	214
Maroc.....	189	États-Unis.....	215
Asie	190	Guatemala.....	218
Bouthan.....	190	Mexique.....	219
Cambodge.....	191	Nicaragua.....	220
Chine.....	192	Pérou.....	222
Inde.....	194	République dominicaine.....	222
Indonésie.....	197	Vénézuela.....	223
Malaisie.....	198	Océanie.....	224
Mongolie.....	198	Australie.....	224
Myanmar.....	200	Île de Pâques.....	226
Népal.....	201	Nouvelle-Zélande.....	227
Philippines.....	202	Polynésie Française.....	228
Sri Lanka.....	202	Index	232
Taiwan.....	203		



Randonnée au Puy Mary

© Cedric74 - Fotolia



Carnet du randonneur



Se préparer → 6

Forme, santé et alimentation → 25

S'équiper → 36

S'informer → 52

Se préparer

Choisir sa destination

Le choix de la destination de votre randonnée est le « nerf de la guerre ». En fonction de la saison, de la chaleur, le niveau d'ombrage, certains lieux doivent être évités en plein été. Si votre sac à dos estival présente l'avantage d'être moins lourd, sans les pulls et le duvet épais, la chaleur peut rendre la marche pénible, voire franchement désagréable. En outre, dans les régions touristiques, en période estivale, les sentiers sont souvent très empruntés. Difficile de profiter de la nature dans ces conditions de surpeuplement ! En hiver, c'est le contraire : le sac est beaucoup plus chargé, il fait froid et les rencontres sont rares. Question de goût... L'idéal est de marcher en mai-juin ou en septembre-octobre dans les climats tempérés. Afin d'avoir une vision des différentes possibilités et de choisir au mieux en fonction de vos envies, de vos affinités, de vos capacités, il convient de savoir sur quel thème vous souhaitez bâtir votre voyage, dans quel pays, et de connaître les types d'environnements afin de mesurer leurs avantages et leurs inconvénients respectifs.

- ▶ **Les voyages à dominante culturelle** sont axés plus particulièrement sur le patrimoine, les sites historiques, les musées et la culture du pays. Ils sont en général faciles et les marches en pleine nature ne sont pas très longues.
- ▶ **Les voyages de découverte** allient culture et nature. Ils se déroulent en dehors des sentiers touristiques, afin de partir à la rencontre des populations et de partager quelques instants de vie avec elles. On marche déjà plus. Effectivement, la plupart des étapes se font à pied.
- ▶ **Le voyage aventure** est, bien entendu, le plus sportif, mais aussi le plus authentique car vous partez à la découverte de lieux moins accessibles aux touristes, les étapes sont plus longues et plus difficiles. Il vous faudra certainement un entraînement au préalable, et une très bonne forme physique quoi qu'il arrive. Le niveau de difficulté du voyage à pied consitue un élément important. Tranquille, sans aucune difficulté majeure avec des étapes courtes et non techniques, il se déroule durant

2 heures à 4 heures de marche sur des sentiers bien balisés, toujours près d'un site à découvrir, d'un village ou non loin d'une route. C'est vraiment la balade idéale pour une initiation.

- ▶ **En famille**, il devra être adapté à l'âge des enfants (déconseillé avant 6-7 ans), ce qui n'exclut pas d'aller parfois un peu hors des sentiers battus. En général, les agences prévoient toujours la possibilité de récupérer l'enfant sur le trajet avec un véhicule en cas de grosse fatigue.
- ▶ **Les randonnées dynamiques** sont conçues, quant à elles, pour des étapes de 4 heures à 6 heures avec des dénivelés sans passages techniques très difficiles. Elles nécessitent néanmoins une bonne condition physique.
- ▶ **Enfin, les plus sportifs aborderont des randonnées plus compliquées** (étapes de 7 à 8 heures chacune), dénivelés importants avec certains passages qui peuvent se révéler parfois d'accès délicat.

Différents environnements

Campagne

La campagne reste sans aucun doute le terrain d'exploration pédestre le plus accessible, tant en ce qui concerne la difficulté de la randonnée, que le coût de l'équipement ou la facilité d'approche. C'est en général un bon moyen pour démarrer dans la pratique des voyages à pied et mesurer ses capacités d'endurance. En France, vous pouvez cheminer sur les G.R.® (chemins de grande randonnée), mais également de nombreux chemins balisés par des associations, des communes ou des départements dans le cadre du PDIPR (le Plan départemental des itinéraires de promenade et de randonnée), que l'on peut parcourir en boucle sur de courtes distances. Ces itinéraires sont souvent jalonnés de beaux points de vue ou de sites inaccessibles en voiture – vieux moulins ou lavoirs, habitats traditionnels, chapelle isolée sur un petit sommet à l'issue d'un beau chemin de croix, etc. La randonnée pédestre dans la campagne offre également une autre façon d'appréhender la nature et l'occasion de faire découvrir aux enfants in situ la flore et la faune de leur pays.

À chacun son niveau

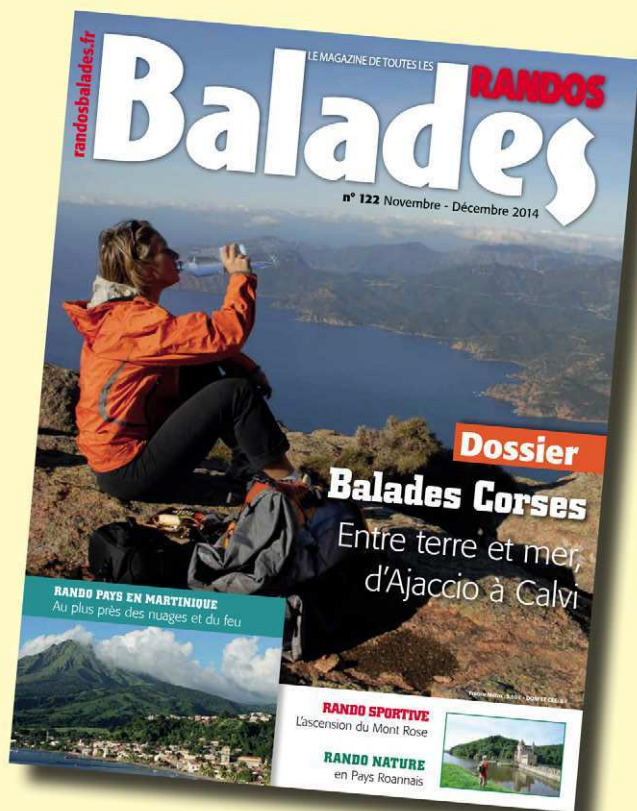
- ▶ **Niveau facile** : ouverte à toute personne en bonne santé. Ces randonnées ne présentent pas de difficultés techniques et ne demandent pas d'efforts particuliers.
- ▶ **Niveau moyen** : 5 à 6 heures de marche par jour. Pensez à faire une petite remise en forme avant votre départ, vous en apprécierez d'autant plus votre séjour.
- ▶ **Niveau confirmé** : forte dénivellation, exigence technique ou longue distance. Réservé aux sportifs et à celles et ceux qui pratiquent la randonnée régulièrement.

- Des **randonnées de rêve** en France, accompagnées d'une **fiche pratique**

- **L'actualité** des sentiers, les **événements rando**, des **conseils santé**

- Le **cahier du randonneur** avec des essais de **matériel**, des **fiches rando** à découper

Le magazine entièrement consacré à la randonnée pédestre



www.randosbalades.fr

Deux types de randonnées

► La randonnée courte ou « en étoile ».

A la journée, elle consiste à revenir le soir au point de départ. Elle se pratique sur un ou plusieurs jours, sans changer de « camp de base ».

► **La randonnée itinérante.** Elle se déroule sur plusieurs jours, voire plusieurs semaines, et impose d'arriver à l'étape chaque soir – gîte, refuge, campement –, de changer d'hébergement au quotidien et, donc, de transporter ou faire transporter ses bagages. C'est la formule « marche et bivouac ».

Littoral

Les randonnées en bord de mer sont en général faciles même dans les zones un peu montagneuses. Elles demandent peu d'effort. En revanche, certains sentiers sont parfois en bordure de pentes abruptes, et il est prudent de bien surveiller les enfants. Pour ce qui est de la panoplie vestimentaire, ciré et bottes en caoutchouc par temps de pluie, lunettes de soleil et couvre-chef en été.

Montagne

De longue date la montagne attire le marcheur pour des raisons qui tiennent autant à la beauté des lieux (paysages de rêve, panoramas enchanteurs...) qu'aux bienfaits corporels escomptés (silence, air pur...). Il est vrai qu'elle permet, au propre comme au figuré, de prendre de la hauteur, d'élever son âme et de relativiser les problèmes dans lesquels l'homme se débat sur le plancher des vaches. Et c'est ainsi que, chaque été, des non-sportifs voire des personnes en méforme s'improvisent randonneurs de montagne... Or, il suffit d'avoir marché une seule fois en haute altitude pour savoir que ce genre d'exercice exige une forme qui, à défaut d'être olympienne (il ne s'agit pas d'alpinisme !), se doit d'avoir été entretenue le reste de l'année. En effet, les dénivelés épuisent rapidement les marcheurs du dimanche. D'aucuns trouveront ces lignes peu encourageantes : ce sont ceux qui envisagent de partir pour la première fois... Si vous êtes dans ce cas, voici quelques conseils à respecter pour que tout se passe au mieux.

D'abord, après avoir consulté la météo du jour, choisissez le parcours le plus adapté à vos capacités physiques. Le temps étant particulièrement changeant en montagne, munissez-vous d'un vêtement chaud (la chaleur baisse avec l'altitude) et d'un ciré. Emportez également vos lunettes de soleil, une crème solaire réellement protectrice et, pour les têtes sujettes à l'insolation, une casquette. Enfin, glissez dans votre sac à dos de quoi vous désaltérer ainsi que des fruits secs et autres barres de céréales susceptibles, lors d'une pause, de calmer une petite faim sans alourdir votre estomac. En groupe, ne laissez jamais un randonneur seul et n'oubliez pas de toujours prévenir quelqu'un de votre départ, de votre itinéraire et du moment prévu de votre retour. Le GPS est un plus, la boussole indispensable.

Désert

Le désert offre à chacun un dialogue unique avec lui-même. Théodore Monod, Saint-Exupéry ou Lawrence d'Arabie en ont témoigné, émerveillés et fascinés par ces rencontres privilégiées au sein de régions brûlantes et délaissées par la pluie (250 mm d'eau par an, les bonnes années). Mais pour envoutante qu'elle soit, chaque marche dans ces contrées hautement arides se doit d'être minutieusement préparée car le désert, comme la mer et la haute montagne, est un monde sans pitié particulièrement pour qui l'aborde sans préparation. Un monde qui, contrairement aux apparences, compte des dénivelés d'autant plus épuisants à suivre que le soleil cogne (c'est l'expression qui convient) et que les pieds du marcheur s'enfoncent dans le sable... Il va de soi qu'aucun voyage ne saurait être effectué sans garnir ses bagages d'une quantité suffisante d'eau potable pour tenir le choc. A ce sujet, l'adulte doit revoir à la hausse sa consommation car si un litre lui suffit à Brest ou Carcassonne, il lui faudra jusqu'à 5 litres dans n'importe quel désert du globe ! Autres éléments indispensables : des comprimés de sel, qui servent à fixer les molécules d'eau, les lunettes de soleil, le chapeau pour se protéger du soleil, et l'écharpe pour se protéger du sable en cas de tempêtes de sable. Tous ces conseils peuvent aussi s'appliquer pour les randonnées à travers les steppes russes, d'Asie centrale et d'Amérique latine. Toutefois, les randonnées dans ce continent sont plus abordables car des points d'eau existent çà et là et quelques arbustes offrent de l'ombre, enfin les pentes sont nettement moins abruptes...

© AUTHOR'S IMAGE



Lam Katra, région de Zagora au Maroc.



Campagnes TV

LA CHAÎNE DE TÉLÉVISION SUR LE CÂBLE ET L'ADSL



Canal 204
Canal 377 en HD



Canal 79
Canal 545 en HD



Canal 112



Canal 212



Canal 85



Canal 92

GARDONS LES PIEDS SUR TERRE

Jungle et savane

Les amateurs de jungle trouvent leur bonheur au cœur des forêts tropicales d'Amazonie et d'Asie ainsi que dans certains pays d'Afrique noire. Dépaysement garanti. Avec présence permanente d'animaux que l'on a plutôt l'habitude de croiser derrière les grilles des cirques ou des zoos. Au programme, les couleurs et les chants qui vont avec. Curieusement, le principal désagrément de la jungle n'est pas la présence de petites bêtes indésirables – moustiques, araignées, fourmis, scorpions et autres serpents. Le principal obstacle, celui dont il faut se méfier en priorité car il oppresse et rend le moindre effort pénible, c'est le taux d'humidité pouvant grimper jusqu'à 90 % ! Et que dire de certains orages dont la violence donne au marcheur l'impression d'avoir traversé une rivière sans avoir ôté ni ses vêtements ni son sac à dos ! Cette humidité étant propice à l'apparition de mycoses et de champignons, le randonneur sera bien inspiré de sécher ses pieds minutieusement chaque soir et de prendre dans ses bagages, entre les capes imperméables, l'appareil photo et les jumelles (étanches, de préférence), quelques antifongiques. Plus aride que la jungle, la savane offre, elle, de vastes étendues couvertes d'une végétation moins touffue et d'animaux sauvages également de toute beauté. Elle présente moins de désagréments aux randonneurs même si, là encore, quelques bestioles ont la fâcheuse manie de vouloir laisser leurs empreintes sur les peaux qui passent à leur portée... démangeaisons à la clé !

Ville

Exception faite du traditionnel shopping qui correspond souvent à un véritable itinéraire sportif (bonnes chaussures recommandées !), la randonnée urbaine est un phénomène assez récent. On associe la randonnée à la nature, la montagne et autres environnements plutôt sauvages... Toutefois la randonnée en ville compte de plus en plus d'adeptes.

► **Les itinéraires thématiques.** Qu'il s'agisse de marcher sur une partie urbaine de GR® – même les GR traversent les villes ! – ou de participer à des randonnées à thème – comme les Panamées organisées par le Comité départemental de Paris –, la redécouverte de l'espace urbain peut tout à fait se faire par l'intermédiaire de la marche. Pour répondre à un besoin croissant du public, les communes et les offices du tourisme sont de plus en plus nombreux à avoir créé des circuits historiques pour piétons, de petites randonnées le plus souvent articulées autour d'un thème (patrimoine, espaces verts, histoire locale, églises...). Balisés ou non, parfois jalonnés de

bornes d'information, ces circuits sont souvent instructifs et insolites : certaines balades thématiques, comme le parcours des peintres fauves à Collioure ou le circuit à travers les traboules à Lyon, le circuit autour de Napoléon à Valence, sur les pas de Cézanne à Aix-en-Provence constituent des découvertes fort intéressantes. Le long des canaux et des rivières urbaines, les itinéraires sont particulièrement agréables, voire tout à fait verts. À Paris, les balises jaune et rouge, qui sont la marque des GR® de pays, guident le marcheur d'un ancien faubourg à un autre.

► **Préparer sa balade.** Pour éviter de piétiner parmi la foule ou de rater l'animation d'un grand marché, pensez à choisir la bonne heure de départ et le bon jour de sortie. Sur le macadam, les chaussures à semelles crantées ne sont pas, a priori, indispensables. Il est cependant plus approprié de prendre des chaussures de randonnée si vous envisagez de marcher quelques heures sur un sol pavé, pour gravir des escaliers, etc.

Consultez au préalable un guide touristique ou emportez un Topo guide® vous permettra de mettre à profit votre escapade : circuit choisi, précisions historiques, sites à ne pas manquer, horaires de visites, etc. En arrivant dans une ville, vous pouvez aussi vous adresser à l'office de tourisme local qui très souvent peut mettre à votre disposition – gratuitement ou pour une somme modique – des itinéraires pédestres à thème et un plan de la ville qui suffisent à vous orienter vers les monuments à ne pas manquer, un jardin botanique ou un musée à découvrir.

► **En famille.** Les circuits urbains se prêtent souvent bien à des balades le week-end, ou aux visites touristiques pendant le temps des vacances. Les promenades urbaines peuvent être très divertissantes pour les enfants à condition de trouver les idées qui stimuleront leur curiosité. Une montée en funiculaire, un tour des remparts, la visite d'un beffroi ou encore la découverte d'un labyrinthe végétal seront à coup sûr des projets stimulants ! Reste la circulation automobile : restez vigilant et évitez les grands axes ainsi que les carrefours importants.

Randonner avec les enfants

Les voyages forment la jeunesse, les randonnées aussi ! Randonner apprend pêle-mêle aux jeunes à assimiler la discipline (on a fixé des règles avant de partir, on doit s'y tenir !), la solidarité et le sens du partage (offrir de l'eau au voisin qui a déjà vidé sa gourde), le respect de l'environnement (non, on ne jette pas son papier de céréales n'importe où !), le goût de l'effort (on arrive bientôt, pas question de flancher !). Et c'est surtout un excellent moyen pour développer la volonté de

Et pour les seniors ?

Aujourd'hui les seniors sont « jeunes » et de plus en plus nombreux à s'adonner à la marche régulièrement, aussi le voyage à pied n'est pas plus une épreuve que pour des personnes qui manquent d'entraînement. La visite chez le médecin avant de partir reste indispensable, les autres conseils sont identiques. Néanmoins, le groupe doit tenter d'être homogène afin que la marche ne soit pas ralentie par des personnes moins aptes à une longue marche. Bien entendu, de nombreux bénéfices sont à retirer de la pratique de la randonnée pour les seniors, randonnée soft s'entend, sauf pour les seniors qui ont pratiqué toute leur vie et sont donc entraînés et fêrus.

Randonner avec bébé : quelques conseils

Vous pouvez partir en randonnée avec votre bébé pour peu que vous preniez, bien entendu, quelques précautions. S'il est âgé de 18-24 mois à 4 ans, soyez vigilant. Même si votre enfant marche, sachez qu'à cet âge il se fatigue très vite et mérite toute votre attention lors de la randonnée. Celle-ci doit être adaptée à son niveau, pensez avant tout à son plaisir ! Certains furent ainsi dégoûtés à vie de mettre un pied devant l'autre dans la nature ! Ne pas dépasser 3 heures de marche et adaptez vous au rythme de votre enfant. Pas question qu'il coure derrière vous en s'épuisant ! Ce n'est pas une course, encore moins un jeu. Un enfant âgé de 2 et 4 ans n'est pas assez musclé pour supporter une marche continue, n'hésitez pas à faire des pauses et à le laisser jouer et découvrir la nature. Plus la randonnée sera ludique et faite de découvertes, mieux l'enfant marchera et plus la famille appréciera. Évitez bien entendu les conditions météorologiques non favorables, préférez des températures moyennes ainsi qu'un ciel dégagé.

► **Prévoyez un faible dénivelé**, pour une randonnée avec un petit : un maximum de 300 m de dénivelé à la montée. Veillez à ne pas dépasser la fourchette allant de 1 800 à 2 000 m d'altitude. De plus, évitez les montées et descentes rapides en téléphérique de haute montagne.

► **Soyez à l'écoute** et veillez à tout signe de fatigue ou comportement inhabituel qui témoigneraient d'un épuisement physique. Surtout : ne le forcez pas !

► **Pensez bien à choisir votre itinéraire** : n'oubliez pas que vous serez certainement amené à porter votre enfant durant une partie de la randonnée.

► **Pensez à la protection solaire, à l'hydratation et à un équipement adapté à la marche**, comme pour vous et même avec plus de précautions que pour vous. Pour protéger votre enfant des rayonnements nocifs du soleil, pensez à l'enduire de crème solaire écran total, à l'habiller avec des vêtements recouvrant le corps (t-shirt et pantalon ou short) un chapeau ainsi que des lunettes de soleil. En marchant, l'enfant brûle de nombreuses calories, il est important de lui donner de l'énergie régulièrement (barres céréales...). De plus, il se déshydrate sans s'en rendre compte, à vous de veiller à ce qu'il boive suffisamment, au moins toutes les heures. Pour bien marcher, votre enfant doit être chaussé convenablement. Des chaussures conçues pour la randonnée sont recommandées : légères, solides avec des renforts et antidérapantes elles doivent surtout être à la taille des pieds de votre enfant, cela semblé évident mais certains l'oublient. . .

l'enfant et d'affermir son caractère tout en lui laissant de nombreux bons souvenirs qu'il aimera raconter à ses copains au retour des vacances. Toutefois si l'on souhaite que la randonnée profite aux enfants, il faut veiller à bien connaître les capacités de chacun, et à ne pas le lancer trop tôt ou trop loin. Dans bien des cas, l'avis du médecin de famille et du pédiatre sera fort judicieux car l'organisme d'une jeune pousse mérite d'être ménagé.

► **Ainsi**, il semble sage d'attendre que l'enfant ait atteint son cinquième ou sixième printemps pour faire de lui un randonneur en herbe. Et encore faut-il que celui-ci ait manifesté des témoignages de son intérêt pour la vie au grand air, l'effort physique, le changement d'habitudes. Et qu'il soit également accompagné par un adulte qu'il connaît parfaitement, qu'il ait aussi d'autres jeunes à ses côtés pour maintenir sa motivation. A noter que, dans ce domaine, il est sage de fixer un objectif à la randonnée familiale : un lac de montagne où prendre un bain, la présence d'animaux sauvages, une grotte emplie de trésors que personne n'a jamais pu récupérer, la découverte de champignons, l'observation des traces d'animaux, etc. Sans ces aspects, le risque est grand de voir la rando sans cesse rythmée par les pénibles et lancinantes questions qui rythmaient jadis la route des vacances en voiture avant la naissance de l'ordinateur et des jeux vidéos : « On arrive dans combien de kilomètres ? »

► **D'une manière générale**, les enfants développent leurs capacités de randonneurs avec les années. Ainsi, il est convenu d'observer que les 4-8 ans peuvent porter jusqu'à

3 kg de matériel et parcourir 3 à 12 km à une vitesse de croisière pouvant atteindre le 3 km/heure. De 8 à 12 ans, les marcheurs peuvent supporter jusqu'à 5 kg de matériel et couvrir 15 km dans la journée. Passé 12 ans, surtout s'il a été bien préparé, le jeune marcheur peut avoir les mêmes capacités qu'un adulte de force moyenne. Dès lors, bien motivé, il peut suivre les adultes partout. Surtout s'il est en possession d'un équipement digne d'un randonneur chevronné : sac bien rembourré au dos et aux bretelles avec ceinture ventrale, gourde et canne de randonnée.

► **Mais pouvoir suivre les adultes partout** ne veut pas dire que l'enfant pourra effectuer tous les parcours pour autant ni même avoir les capacités d'un adulte. Résultat : même s'il donne l'impression (flatteuse pour un père randonneur) d'être aussi bon que son voisin de 50 ans, le petit d'homme reste un petit d'homme et la petite gazelle une petite gazelle ! Ce qui signifie qu'il est indispensable de souvent ralentir la marche. De vérifier aussi que l'enfant n'est pas déshydraté et, s'il n'a pas bu depuis longtemps et que le soleil tape encore, de l'obliger à utiliser sa gourde. Pas question non plus de faire l'impasse sur le goûter ! Ni sur une pause de 15 minutes toutes les heures (oui, cela ralentit votre randonnée, c'est vrai, mais un enfant – rappelons-le – reste un enfant, surtout en altitude !). Pendant les pauses (surtout celle du pique-nique, plus longue que les autres), profitez de ce temps d'arrêt pour lui raconter des histoires, chanter des chansons entraînantes (même si vous n'avez aucun talent de chanteur), jouer à tel jeu qui l'intéresse... Le jeune marcheur doit rester mo-ti-vé.

► **Le dernier conseil** s'adresse aux parents qui voudraient initier leur progéniture à la randonnée en les portant sur leur dos dès leur plus jeune âge : qu'ils veillent à ce que la marche n'ait pas lieu à plus de 2 000 m d'altitude, qu'elle ne dépasse pas les 120 minutes d'affilée et – surtout – que l'enfant soit parfaitement protégé du froid ou de la chaleur, deux ennemis qui peuvent occasionner des drames, surtout quand le « passager » n'a pas encore l'âge d'émettre d'avis personnels...

Randonner avec les animaux

Comme les marcheurs d'antan, comme les bergers et autres colporteurs, la randonnée accompagnée par un chien (certains marchent même avec leur chat !), un âne ou un lama est une belle expérience. Un plus ajouté à la rando qui ne va pas sans certaines contraintes et restrictions. Comme pour le reste, il convient d'adopter une attitude responsable...

► **Randonner avec un âne.** En France, l'âne est l'animal de bât par excellence. Son pas est sûr dans les chemins plus ou moins escarpés, et ses exigences alimentaires sont modestes. Randonner avec un âne est de surcroît un bon moyen de motiver les enfants à marcher. Conduit par une longe, l'âne de bât transportera sur son dos les bagages, jusqu'à 3 ou 4 sacs à dos, soit 30 à 40 kg. Il portera aussi, le cas échéant, les enfants fatigués. L'apprentissage des gestes nécessaires – que le loueur vous montrera avant le départ – est simple et rapide. La seule contrainte étant, outre un rythme de marche plutôt lent, l'impossibilité de passer avec l'animal sur des sentiers ou des passerelles peu larges. Il faut donc bien examiner avec l'ânier l'itinéraire projeté. Certains sentiers ou régions sont même particulièrement riches en âniers et en gîtes susceptibles de les recevoir comme le GR® 70 ou chemin de Stevenson dans les Cévennes. Gardez à l'esprit qu'un âne, comme tout animal, peut avoir des réactions potentiellement dangereuses s'il se sent menacé. Soyez attentif au langage corporel de votre animal. Faites attention aux morsures et aux ruades, et ne laissez pas vos enfants se faufiler derrière lui.

La liste des âniers et un livret de conseils sont disponibles auprès de la Fédération nationale ânes et randonnée (FNAR) : www.ane-et-rando.com

► **Randonner avec votre chien.** Partir avec un chien, c'est assurer une présence rassurante et réconfortante pour ceux d'entre vous qui randonnent seuls. En revanche, cela implique une organisation plus poussée si vous partez pour plusieurs jours. Outre vos vivres, il faudra prévoir celles de votre compagnon et sa couverture (tout comme vous emportez un sac de couchage pour vous). Attention, certains refuges ou gîtes n'acceptent pas les animaux. Renseignez-vous avant votre départ et adaptez votre itinéraire.

Votre animal peut transporter une partie de ses affaires lui-même à l'aide d'un sac de bât adapté à sa morphologie. Ces articles sont de plus en plus fréquents dans les catalogues des spécialistes d'articles canins. Pensez à habituer votre chien à son chargement avant de partir. Très important : durant la rando, surveillez l'état des pattes de votre compagnon. Les coussinets sont relativement fragiles et sensibles à la neige comme à la chaleur. N'oubliez pas de les inspecter à chaque pause pour retirer les éventuels cailloux coincés (comme pour un cheval !). Prévoyez un désinfectant spécifique et n'hésitez pas à consulter un vétérinaire en cas de blessure, plutôt que de risquer une aggravation en forçant la marche. Pour les chiens pratiquant beaucoup, notamment sur les terrains très accidentés, des bottines peuvent être une solution à condition d'être bien aérées. Soignez vigilement également quant à la présence de tiques. Enfin, prenez tous ses papiers et pensez à effectuer les soins préventifs nécessaires avant de partir (surtout à l'étranger). Il faut savoir que rien ne vous oblige à tenir votre chien en laisse dans les espaces publics, l'important étant que ce dernier ne s'éloigne pas de son maître. Toutefois, vous êtes obligé de vous munir d'une laisse et d'une muselière, prêtes à être utilisées si on vous le demande (même si votre chien ne fait pas partie des races à risques). Si votre chien provoque des dégâts, vous serez considéré comme responsable.

Y'a pas que les ânes !

Le capitaine Haddock lui en veut toujours... Quoi qu'il en soit, le lama est par excellence, un très bon randonneur qui s'avère très habile en terrain accidenté. C'est qu'il est muni de pattes très particulières, équipées de deux doigts qui peuvent travailler indépendamment l'un de l'autre et de coussinets qui s'adaptent aux aspérités du sol. Sa souplesse lui permet de franchir d'un saut un tronc d'arbre ou un rocher, il est aussi économe en eau et en nourriture. Pour choisir un lama de randonnée, il faut étudier sa morphologie et veiller à ce qu'il présente de beaux aplombs, une belle musculature afin de porter des charges sans problème. Son caractère est aussi un facteur important, car il faudra qu'une confiance sans faille puisse s'établir entre le meneur et son lama dans les passages difficiles. Comme pour les ânes de bât, un matériel spécifique existe sur le marché pour équiper correctement votre compagnon de marche et de portage. Plusieurs bâts adaptés à divers types de randonnées sont proposés. Pour une petite randonnée d'une journée sur terrain facile, style montagne à vaches, un bât en bois peut faire l'affaire. Pour les grandes randonnées de plusieurs jours, en terrain accidenté, mieux vaut privilégier les bâts en nylon, plus confortables pour l'animal. La charge sur l'animal peut varier de 10 à 30 kg, elle dépend de la morphologie du lama et du type de terrain. Les sacoches seront pesées afin de pouvoir établir un équilibre parfait. Prévoyez toujours un licol et une longe de rechange, une brosse peut aussi être utile. Pour la nuit, utilisez un piquet et trois mètres de longe, une gamelle pour l'eau, et prévoyez éventuellement des compléments alimentaires pour votre animal.

Ânes et randonnées

Créée voici plus de 20 ans, la Fédération nationale Ânes et Randonnées (FNAR) regroupe environ 60 professionnels de la randonnée avec un âne. De la rando libre (location de l'âne et de son bât et Topo-guide) à la rando accompagnée (guides avec brevets d'état), le réseau FNAR est présent sur l'ensemble de la France : de la douceur Angevine à la rudesse des Alpes, de la Provence à la Bretagne, des Pyrénées au Massif central, du Jura à la Bourgogne, du Nord au Portugal sans oublier le Centre !

► **En remettant les ânes au travail**, les précurseurs de la randonnée âne, fondateurs de la FNAR, leur ont redonné une utilité économique. Plus de 20 ans après, c'est une véritable réussite, le nombre d'âniers ne cesse d'augmenter et les qualités des ânes en randonnée ne sont plus à prouver ! La force de cette fédération est dans la rencontre de gens qui ont en commun le respect de l'âne, l'attachement à leur région et un engagement moral de qualité et d'accessibilité au plus grand nombre. C'est une passion qui réunit tous ces acteurs de la FNAR dont le fonctionnement repose sur des principes solidaires où croissance et profit ne sont pas les objectifs prioritaires. D'ailleurs si l'on rencontre facilement des âniers heureux, on n'en a encore jamais croisés sur les sentiers qui sont devenus milliardaires !

► **Les ânes participent à l'essor du tourisme écologique et durable** : la majorité d'entre eux ont installé leurs asineries dans des sites paradisiaques mais souvent loin des gros centres touristiques et de ce fait, les ânes permettent, modestement, à certains petits pays de voir s'installer de nouveaux hébergements, rouvrir de petits commerces de proximité... et bien souvent l'installation d'âniers permet l'ouverture et l'entretien de nouveaux sentiers. Ainsi les ânes participent-ils au développement d'un tourisme nature différent : le rythme d'une randonnée avec un âne permet d'apprécier le paysage et surtout d'aller à la rencontre des habitants des campagnes ou des montagnes, car l'âne ouvre les portes et délie les langues...

► **Sachez qu'un âne porte les bagages de 2 à 4 sacoches** soit 30 à 40 kg. Il est équipé de son propre matériel qui vous est fourni par l'ânier : un bât pour le portage, un licol et une longe pour la tenue en main, des sacoches pour les bagages... Il marche régulièrement d'un pas sûr à 3 ou 4 km/h et accueille sur son dos, sous la responsabilité des adultes qui l'accompagnent, les petits enfants lorsqu'ils sont fatigués...

► **Les soins à apporter à l'âne sont simples** et une démonstration est faite par l'ânier avec votre gracieuse participation, la veille ou le jour même de votre départ en randonnée. Dans un premier temps, on vous apprend comment parfaitement étriller, brosser, curer les pieds,

placer correctement le bât de votre âne. Après cette démonstration, un petit nécessaire de soins vous est confié : brosses, étrilles, cure-pied, cicatrisant, répulsif insectes...

► **Reste à adopter la juste attitude**. Un âne se pousse, il ne se tire jamais : tout au long du parcours, vous tiendrez l'âne en longe et vous marchez en avant, les autres derrière et si votre âne flâne en cours de route, au besoin agitez une petite branche derrière lui. Un âne s'aborde en douceur et de face, car comme tout être vivant, il n'aime pas être surpris ou qu'on s'adresse à lui en criant ! Faites attention à ne jamais courir derrière un âne qui a été surpris ! Il court plus vite que vous et il pourrait croire que vous aussi vous fuyez : restez calme, et dès qu'il aura compris qu'il n'y a pas de danger, il s'arrêtera rapidement et se mettra tranquillement à brouter.

► **Chargez correctement votre compagnon à quatre pattes**. Les sacs sont chargés de chaque côté de l'âne : il est donc essentiel que les sacs aient le même poids. Lorsque vous préparez vos sacs, pensez à votre âne : évitez les valises et préférez les sacs souples, type sacs de sport, plus faciles à installer dans les sacoches. Les objets durs ou pointus ne doivent pas être positionnés contre les flancs de l'animal. Pensez au centre de gravité du chargement : les objets lourds doivent être au fond du sac, et les plus légers dessus. Veillez à ne pas (le !) vous surcharger, gardez-le superflu pour le retour...

► **L'ânier vous guide sur votre futur chemin** : il a repéré l'itinéraire, vous l'explique et vous confie un Topo-guide ou une carte au 1/25 000. Il prend toujours le temps nécessaire pour vous donner toutes les explications qui vous permettront de faire votre randonnée en toute tranquillité. Il vous remet d'ailleurs au départ le livret *Conseils pour conduire un âne en randonnée* qui rassemble toutes les indications importantes.

► **En France, cinq grands itinéraires** sont plus particulièrement équipés pour randonner avec des ânes : « La Grande traversée du Vercors » (Rhône-Alpes), « Le Chemin de Stevenson » (Massif central), « Le Chemin de Compostelle » (GR65 du Puy-en-Velay à Figeac), « Le Chemin des Huguenots » (Dauphiné), et en création actuellement « Le Chemin de la Loire ».

► **Les randonnées avec les ânes sont accompagnées ou en liberté**. Et sachez enfin que la FNAR est attentive à développer l'activité auprès des personnes atteintes d'un handicap. C'est pourquoi un certain nombre d'âniers se sont engagés dans une démarche de découverte de l'âne et de la randonnée pour les personnes handicapées, dans un souci pédagogique, thérapeutique ou d'accessibilité de la randonnée à tous.

► www.ane-et-rando.com

Mieux vaut donc l'attacher quand vous n'êtes pas sûr de sa réaction. Sachez enfin que les chiens sont interdits, même en laisse, dans les parcs nationaux et dans certains espaces naturels protégés. Afin de préserver le gibier, il est également interdit de laisser les chiens sortir des allées forestières du 15 avril au 15 juin, sauf s'ils sont tenus en laisse. L'obligation de tenir votre chien ou l'interdiction de l'amener peut être également prescrite par les autorités locales, dans les zones où paissent les troupeaux par exemple. Dans les zones d'élevage, il vaut mieux le tenir en laisse, car un chien peut provoquer un mouvement de panique au sein d'un troupeau. N'approchez surtout pas avec votre chien des troupeaux gardés par les patous, les grands chiens de berger blancs. Leur instinct de défense de leur troupeau peut les amener à attaquer votre animal ou vous. Passez au large. D'autres règles de comportement relèvent du simple savoir-vivre : retenez votre chien près de vous à proximité d'autres promeneurs, veillez à ce que le chien n'effraie pas les chevaux si vous croisez des cavaliers et ne gêne pas les cyclistes. Enfin, soyez conscient que partir avec votre chien réduit drastiquement vos chances d'observer la faune sauvage. Même si vous l'attachez, les animaux sentiront sa présence et s'éloigneront. Votre chien peut également se perdre en poursuivant un chamois ou un chevreuil. Un chien a souvent peur de ce qu'il ne connaît pas, il faudra donc l'habituer progressivement à des expériences nouvelles pour lui, comme la rencontre avec des cavaliers, des troupeaux ovins ou bovins. En conclusion, ne partez avec votre chien que si vous connaissez ses réactions, ses capacités physiques et êtes certain de son obéissance. Après, tout dépend de la taille de votre animal et de sa condition physique. Tout comme vous, il doit être bien entraîné avant de partir pour une longue randonnée.

► **Nouveaux compagnons.** Les randonnées avec des lamas, à la manière de celles avec des ânes, se développent en France. Elles sont monnaie courante dans certaines régions d'Amérique latine. Les lamas possèdent des aptitudes reconnues pour l'accompagnement de la randonnée notamment en moyenne montagne. D'origine montagnarde, ils sont parfaitement adaptés à l'altitude et leurs sabots sont encore plus sûrs que ceux des ânes. Leur petite taille relative leur permet de passer par des passages étroits. En contrepartie, leur charge de bât devra être moins lourde (de 20 à 30 kg). L'association Française Lamas et Alpagas répertorie les professionnels qui proposent des randonnées avec ces animaux (www.lamas-alpagas.org).

■ ASSOCIATION FRANÇAISE LAMAS ET ALPAGAS

**1, avenue Bourgelat
MARCY-L'ÉTOILE**

**www.lamas-alpagas.org
contact@lamas-alpagas.org**

L'Association française Lamas et alpagas (AFLA) est née en 2010 de la fusion de deux associations : Alpagas et lamas de France (ALF) et l'Association françaises des petits camélidés (AFPC), qui avaient été chacune créée par des éleveurs et propriétaires de lamas et d'alpagas, la première en 1986 et la seconde en 1994. L'AFLA rassemble

plus de 200 membres, amateurs ou professionnels. Le but de ce regroupement est de mutualiser les efforts de chacun pour la promotion et la valorisation des lamas et des alpagas en France et de mettre en commun les expériences et les objectifs de tous. Les deux associations initiales avaient l'une et l'autre organisées des shows européens au cours desquels les éleveurs de lamas et d'alpagas présentèrent leurs animaux dans les différents épreuves : modèles et allures, concours d'obstacles ou de randonnée. Le site Internet est une riche source d'informations. Sachez enfin que plusieurs vétérinaires font partie de l'association et échangent leurs expériences et compétences pour un service de qualité rendu aux éleveurs.

Organiser son séjour

Une fois la destination déterminée, se pose la question du coût. Tout dépend d'abord du pays où l'on souhaite se rendre, la France et l'Europe demeurant les plus facilement et rapidement abordables. Les modalités de la randonnée choisie changent ensuite la donne : avec ou sans accompagnateurs, hébergements en dur plus ou moins luxueux, etc. Deux possibilités s'offrent au randonneur : « monter » son voyage seul ou faire appel à des professionnels. Bien entendu, la seconde solution est la plus coûteuse, mais la plus sécurisée, et donc la moins aventureuse aussi. Sortir ou ne pas sortir des sentiers battus, c'est à vous de choisir.

■ FÉDÉRATION DES PARCS NATURELS RÉGIONAUX DE FRANCE 9, rue Christiani (18^e) PARIS

☎ 01 44 90 86 20

info@parcs-naturels-regionaux.fr

Cette fédération regroupe les 51 parcs naturels régionaux de France, de celui des Alpilles à celui des Vosges du Nord. Ces parcs ont pour vocation de mettre en valeur de grands espaces ruraux habités, à dominante rurale dont les paysages, leurs milieux naturels et leur patrimoine culturel sont de grande qualité, mais leur équilibre est fragile. Ils s'organisent autour d'un projet concerté de développement durable, fondé sur la protection et la valorisation de son patrimoine naturel et culturel. Les parcs naturels régionaux s'inscrivent ainsi dans le développement durable. Ils mettent en œuvre des actions en lien avec la protection et la gestion du patrimoine naturel et culturel, l'aménagement du territoire (balisage de sentiers par exemple), le développement économique et social, en animant et coordonnant les actions économiques et sociales pour assurer une qualité de vie sur son territoire, en soutenant les entreprises respectueuses de l'environnement, en s'attachant à l'accueil, l'éducation et l'information du public. Particulièrement, les parcs favorisent le contact avec la nature et sensibilisent les habitants aux problèmes environnementaux. Comme les parcs nationaux, les parcs naturels régionaux constituent de formidables terrain de randonnée. Leurs sentiers sont bien entretenus et balisés. Les itinéraires tracés permettent la découverte de biotopes, de point de

Sorties naturalistes

L'engouement pour la nature et la biodiversité ou pour la connaissance de la flore et de la faune s'accompagnent du développement des sorties naturalistes et des randonnées botanistes, ou celui des randonnées pour écouter le brame du cerf ou suivre les traces des animaux sauvages... Il s'agit généralement de sorties d'une demi-journée, voire une journée, auxquelles vous vous inscrivez directement sur place. Les parcs naturels régionaux proposent une multitude d'activités de découverte des paysages et des sorties accompagnées par des naturalistes. Il faut dire que les parcs naturels régionaux regorgent d'espèces emblématiques, dont la loutre d'Europe, le grand tétras, le phoque-veau marin, le faucon pèlerin, le mouflon de Corse, la chouette chevêche, la grue cendrée, le loup, le butor étoilé, la tortue luth, le vautour fauve, le lynx, le flamant rose... ainsi qu'une très grande richesse floristique (les orchidées par exemple). D'ailleurs, chaque parc a son emblème. Le hibou grand-duc en Chartreuse, la tulipe et le tétras-lyre en Vercors... Les parcs organisent de nombreuses sorties avec leur service éducation/sensibilisation mais également avec les associations locales. Leurs sites Internet et leurs brochures diffusent le calendrier de leurs sorties. Vous trouvez aussi des informations dans leurs espaces dédiés, les Maisons de la nature et les Maisons de la faune et de la flore...

Une opération nationale est organisée tous les 2 ans, la Nuit de la chouette. Pour en savoir plus, rendez-vous sur les pages qui lui sont consacrées. Les activités d'observation de la nature sont évidemment conduites dans le plus grand respect des milieux et des espèces.

On peut citer quelques idées d'aide à l'observation de la nature :

► **Parc naturel régional de Brière.** Les naturalistes du Parc naturel régional de Brière et de l'université de Rennes s'associent pour vous faire découvrir la vie sauvage des marais, en particulier les oiseaux d'eau et les milieux qu'ils exploitent en période de reproduction ou de migration. Activités proposées : randonnées pédestres, sorties en chaland, découverte de la faune et de la flore aquatiques, observation des oiseaux d'eau, initiation à l'étude des passereaux paludicoles et à la reconnaissance des traces de mammifères...

► **Le parc des marais du Cotentin.** Cet espace de découverte, les Ponts d'Ouve vous propose un sentier d'interprétation d'un kilomètre, équipé de bornes ludiques et pédagogiques, serpentant au milieu d'un paysage de prairies inondables, qui conduit en bordure d'un plan d'eau où des observatoires ont été aménagés pour la découverte des oiseaux du marais dans leur milieu naturel.

► **Le parc des Landes de Gascogne.** Le parc vous accueille dans plusieurs sites : Maison de la nature du bassin d'Arcachon et au parc ornithologique du Teich (33), centre du Graoux à Belin-Béliet (33) ou Atelier-gîte de Sagnac (40), sorties oisiveaux, club nature, découverte de la rivière Leyre et son delta, observation des grues cendrées en hiver...

vue, d'édifices patrimoniaux remarquables. On peut télécharger des itinéraires de randonnée sur les sites Internet.

Par ses propres moyens

La formule est la plus souple et la plus économique, mais elle s'adresse à celles et ceux qui savent faire preuve d'une certaine autonomie. Cela nécessite tout d'abord une bonne connaissance du pays et des itinéraires à parcourir. Les guides touristiques, les cartes routières ou topographiques mais aussi les sites Internet et les blogs sont précieux pour la préparation. Ils fourniront des informations sur le pays, sa topologie, ses sentiers, l'état des itinéraires, leur fréquentation, les hébergements, les modalités de ravitaillement, le climat, les bonnes périodes... Les témoignages sur les blogs et réseaux sociaux sont souvent très précieux et inspirants. On est seul maître à bord pour choisir son pays, son programme, son rythme, la longueur des étapes, les sites à visiter, les activités à pratiquer, et surtout ses compagnons de route. Côté tarif, on supprime les intermédiaires, on choisit son guide sur place si besoin est, mais il n'est pas certain que ce type de voyage revient moins cher – sauf à proximité de chez soi bien entendu ! – car il peut y

avoir des surprises de dernière minute : on est parfois obligé d'entreprendre de longues négociations pour faire baisser les prix, et à l'étranger la barrière de la langue peut se révéler problématique... Autres inconvénients : il faut tout faire soi-même, c'est-à-dire réserver train, avion, location de voiture, hébergement, s'occuper des démarches administratives, négocier les prix... Mais quelle satisfaction, lorsque tout se passe bien, d'avoir réalisé un voyage sur mesure selon son bon plaisir !

■ PARCS NATIONAUX DE FRANCE

Château de la Valette

1037, rue Jean-François Breton

MONTPELLIER ☎ 04 67 52 55 23

www.parcsnationaux.fr

Métropole et DOM-TOM confondus, les parcs nationaux français sont au nombre de 10, de la Vanoise (Rhône-Alpes), le premier créé, en 1963, au dernier-né, celui des calanques (PACA). Ce sont des terrains de randonnée privilégiés. Leur découverte sans moteur – à pied, en raquette, ski nordique, ski de randonnée – est la seule autorisée. Vous y découvrez des biotopes protégés – essentiellement en zone de montagne, mais aussi maritime – riches d'une belle biodiversité. Des sentiers balisés, souvent des GR, les sillonnent.

Le sentier de l'Orgère en Vanoise

Les parcs nationaux de France abritent nombre de sentiers balisés. Certains plus balisés que d'autres. Leur mission pédagogique se développe également à travers ces sentiers thématiques équipés. L'un des derniers-nés a été tracé en Vanoise, le premier de nos parcs nationaux français (fondé en 1963). Le sentier découverte de l'Orgère a été inauguré le 20 septembre 2013 à Villarodin-Bourget (Maurienne). L'itinéraire propose une boucle de 4,3 km sur l'ensemble du vallon de l'Orgère, entre 1 900 et 2 100 m d'altitude et valorise le caractère exceptionnel de la forêt et à la particularité d'être accessible. Le sentier de l'Orgère est parsemé de 11 tables de lectures multisensorielles qui mettent en lumière différentes facettes de la vie du vallon. Tout au long du sentier, des sculptures d'oiseaux grandeur nature, des bancs, banquettes et miséricordes permettent d'apprendre et de profiter du paysage exceptionnel. L'accessibilité a été prise en compte dans la conception du sentier : confort d'usage, outils sonores et tactiles, etc. La première partie de la balade, quasi plate – 1,2 km sur l'ancienne piste EDF –, a été labellisée « Promenade confort » par le conseil général de la Savoie. L'obtention de ce label récompense les efforts menés pour offrir un maximum de confort d'usage pour le public, notamment les personnes en situation de handicap. Cette réalisation s'inscrit dans le cadre de l'Observatoire de la forêt de l'Orgère, créé conjointement par le parc national de la Vanoise, l'Office national des forêts et la commune de Villarodin-Bourget en 2006. Le parc national de la Vanoise s'est fortement investi dans ce nouveau projet de sentier, dans le cadre de sa politique d'accueil du public.

Règle du jeu : ne pas sortir des sentiers balisés ! Vous ne pouvez être accompagné par votre chien, y compris en laisse (attention amande). De même, la cueillette et la chasse sont strictement réglementées. Interdiction de faire du feu, de laisser sur place vos déchets. Bref, la moindre des choses. Rappelons que le parc national le plus ancien dans le monde est celui de Yellowstone, créé en 1872 aux États-Unis. Il y a environ 4 000 parcs nationaux dans le monde, représentant une superficie supérieure à 4,4 millions de km². En Europe (300 parcs nationaux aujourd'hui), le pays précurseur fut la Suède qui créa 9 parcs nationaux en 1909. En 1914, la Suisse créa le premier parc alpin. Vinrent ensuite l'Espagne en 1918, l'Islande en 1928, la Finlande. Chaque parc a son site Internet qui détaille les différents itinéraires balisés. Un bon plan pour ceux qui partent randonner seuls. Et des joyaux pour ceux qui apprécient la nature préservée.

Faire appel aux agences professionnelles

Si certains aiment voyager sans encadrement, d'autres font le choix de confier l'organisation de leurs circuits à des spécialistes – avec des avantages et des inconvénients – qui détermineront en principe le type de séjour à pied qui vous conviendra le mieux. Des tour-opérateurs spécialisés proposent des parcours détaillés jour par jour avec les grandes étapes, afin que vous puissiez vous faire une idée des lieux à visiter et éventuellement des hébergements proposés. L'avantage est que le budget est en principe déterminé à l'avance et sans surprise. D'autre part, votre guide se chargera de l'interdiction et du règlement des problèmes administratifs – pour les déplacements à l'étranger – même si chacun doit mettre la main à la pâte pour la gestion logistique du quotidien. On est également sûr de ne pas chercher son

Sentiers Croisés

L'association Sentiers Croisés rassemble des professionnels du trekking et de la randonnée unis par les valeurs du tourisme responsable. Animés d'une passion commune de leur métier et de la nature, ils ont choisi de créer et produire ensemble certains circuits. L'objectif de ces associés est d'améliorer encore, au travers de cette collaboration, la satisfaction de leurs clients. De la mer à la montagne, ils sont une dizaine de membres :

- ▶ **Montagne Evasion** : Gérardmer (88).
- ▶ **Allibert Trekking** : Chapareillan (38).
- ▶ **La Burlé** : Sainte-Eulalie (07).
- ▶ **La Pèlerine** : Saugues (43).
- ▶ **Destination Merveilles** : Villeneuve-Loubet (06).
- ▶ **Mont Blanc Expérience** : Chamonix (74).
- ▶ **Randonades** : Prades (66).
- ▶ **Trek Aventure** : Bastogne (Belgique).
- ▶ **Visages** : Montdauphin (05).
- ▶ **La Compagnie des sentiers maritimes** : Rennes (35).

Rando pour célibataires

Rando-Celibat : la bonne idée ! Se retrouver entre solo, célibataires et divorcés pour profiter de sorties et de week-ends en groupe, selon vos envies, c'est ce que propose Randocelibat autour du thème de la randonnée pédestre ou à VTT, marche nordique, Accrobranche et autres activités de plein air. C'est en fait une communauté de rencontres composée de membres, où chacun peut en toute convivialité proposer des sorties, auxquels s'ajoutent ceux d'accompagnateurs partenaires. Pour participer, il faut être membre adhérent, pour seulement 45 € l'année ou à un mois d'essai pour 20 €. Cela permet de savoir qui propose quoi, et ce en toute quiétude. Le week-end pour les membres de Rando-Celibat, c'est l'occasion de s'évader et d'oublier les tracas de la semaine. Alors sans idée préconçue, en toute amitié, proposez vous-même des sorties et rencontrez d'autres solos qui comme vous en ont assez du célibat morose, mais ne veulent pas pour autant toujours devoir surpayer chacune de leurs sorties ! Finalement, Rando-Celibat c'est souvent pratiquer la randonnée hors club, une fois de temps en temps, pour le plaisir d'être en groupe de solos de même génération.

► www.randocelibat.com

chemin, de faire des étapes adaptées et donc d'arriver à bon port le jour prévu.

Les inconvénients, quant à eux, sont souvent liés au fait de partir en groupe. Difficile de changer de programme sans le consentement de tous, vie en communauté d'individus qui ne se connaissent pas, à moins de former un groupe avec ses propres amis, et manque d'imprévu pour les amateurs de sensations un peu fortes. Toutefois, les agences locales sortent facilement et en toute connaissance de cause des sentiers battus et sont capables de prévoir des circuits personnalisés. En revanche, si elles restent fiables en France, à l'étranger il faut faire attention. Les tarifs attractifs n'offrent pas toujours les meilleures prestations et les belles photos du site Internet peuvent être trompeuses. Pour éviter les déceptions, on peut se renseigner auprès des ambassades ou des offices de tourisme du pays choisi, lire des guides touristiques, qui en principe ont testé ces agences ou ont obtenu des informations fiables sur leurs offres et leur pérennité. On peut aussi visiter attentivement le site Internet de l'organisme qui doit apporter des réponses claires et précises à toutes les questions que l'on peut se poser, et s'assurer par mail de la confirmation. Il faut éviter de payer tout le séjour d'avance, un acompte peut être versé par virement bancaire international, mais attention certaines banques demandent des frais fixes assez importants.

■ VAGABONDAGES

www.vagabondages.com

De la promenade aux randonnées sportives de haute montagne, du chemin paisible le long d'un canal au grand pèlerinage, de la rando nature à la balade culture... Vagabondages est une équipe de professionnels, mais avant tout de randonneurs passionnés de nature et épris de leur terroir, qui ont transformé leur passion en métier. Les adhérents de Vagabondages connaissent les sentiers sur le bout des semelles et sont tous fortement impliqués dans un développement responsable de leur territoire. Tout un état d'esprit et une passion conjugués avec un professionnalisme rigoureux. Au sein de Vagabondages, ils partagent leurs expériences et leurs savoir-faire pour vous offrir le meilleur de la randonnée en France. Tous sont signataires de la charte Vagabondages, charte de qualité et d'éthique qu'ils présentent dans leurs brochures. Vous les reconnaîtrez au logo de Vagabondages.

Les professionnels de la randonnée

■ ONF RETROUVANCE®

www.onf.fr/retrouvanche

L'Office national des forêts est le premier gestionnaire d'espaces naturels en France. Dans ce cadre, il conçoit des aménagements pour accueillir le public en forêt ou en milieux naturels, et contribue au développement de l'attractivité des territoires avec ses deux offres destinées aux amateurs d'écotourisme. L'ONF propose d'une part des gîtes à la location à travers toute la France et particulièrement dans le Sud-Est. Ces 39 hébergements tout confort, situés en pleine forêt ou nichés au cœur des montagnes, permettent de profiter de la nature et des activités de plein air, et plus particulièrement de faire escale lors d'une randonnée au long cours dans la région. D'autre part, l'ONF propose 9 circuits de randonnées Retrouvanche®. Initiés voici une quinzaine d'années, ces circuits situés dans le sud de la France réjouissent les amoureux de la nature. Aujourd'hui, Retrouvanche® est l'une des premières marques de circuit de randonnées « tout compris ». Vous retrouvez l'offre complète sur le site Web retrouvanche.onf.fr.

■ DESTINATIONS QUEYRAS

AIGUILLES ☎ 04 92 45 04 29

www.randoqueyras.com

Ancrée dans le parc naturel régional du Queyras, Destinations Queyras offre depuis dix ans un grand choix de randonnées. Cette agence de voyages, créée par quatre professionnels de la montagne, propose des séjours de randonnée pédestre, à raquettes ou à ski de montagne et des treks à l'étranger. En Crète, à Madère, à la Réunion, dans les Cyclades, en Grèce, au cœur de l'Atlas marocain, en Roumanie, en Italie, en Bulgarie, dans les vallées himalayennes... et bien sûr dans le Queyras. En toutes saisons, Destinations Queyras s'efforce d'offrir des prestations de qualité, respectueuses de l'environnement et des us et coutumes de chaque pays. Randonnée de 4 jours en liberté (à pied en été, en raquettes en hiver) sur les balcons du Queyras, ou trek de 23 jours au Népal (en lodge ou tente) ; et parmi les nouveautés, citons les montagnes, les lacs et les monastères de Macédoine (11 jours en hôtel).

■ RANDO AVENTURES

Rocquemand

AILLON-LE-JEUNE

☎ 04 79 54 61 48

☎ 06 89 93 36 67

www.lesaillons.com

Philippe Trépiér, moniteur de ski et accompagnateur de montagne diplômé d'État, est animé depuis toujours par la passion de la nature. C'est pourquoi, il y a plus de vingt ans, il a créé son agence de voyages spécialisée dans la randonnée. Les terres de prédilection de Rando Aventures ? Les Alpes où il est né, les Pyrénées, la Corse, le Haut-Atlas marocain ou les déserts égyptiens, blancs et noirs.

■ LA BALAGUÈRE

Route du Val-d'Azun

ARRENS-MARSOUS

☎ 05 62 97 46 97

www.labalaguere.com

labalaguere@labalaguere.com

La Balaguère, certifié Tourisme responsable, est née en France en 1984. À l'origine, des Pyrénéens amoureux de leurs montagnes et fortement impliqués dans le développement local – appelé durable aujourd'hui – décident de faire partager leur passion en organisant des randonnées dans leur massif aimé. Finalement, leur loisir devient leur métier. Depuis, emportée probablement

par ce vent du Sud, l'équipe est allée toujours plus loin à la rencontre de pays où accueil, traditions, vérité se conjuguent au présent. La Balaguère s'adresse aux personnes de tous niveaux, des plus initiées aux plus novices. L'organisme organise des voyages à thèmes, des randonnées en France et dans le monde avec ou sans accompagnateur, à la carte, en famille, entre amis ou en groupe. Exemple : Collioure-Cadaques, création de la Balaguère, en sept jours de marche à raison de 5 heures par jour en moyenne, à travers les calanques. Superbe en toute saison.

■ L'ECHAILLON**

Névache

BRIANÇON

☎ 04 92 21 37 30

www.echailion.com

L'Echailion, c'est tout à la fois un charmant hôtel 2 étoiles, équipé d'un espace bien-être (sauna, hammam et Storvatt), au cœur d'une région de rando, et une agence qui vous propose des circuits dans les Hautes-Alpes, propose des séjours et des randonnées (en étoile ou itinérantes, avec ou sans accompagnateur), en hiver comme en été. Exemples de séjours : en hiver, « Clarée Neige » : multiactivité hivernale (raquettes, ski de fond, chiens de traîneau...), séjour accompagné, et en été, Vallée de Névache, randonnée en étoile séjour liberté.

Le succès de la marche nordique

De plus en plus de marcheurs s'adonnent à leur passion en utilisant deux bâtons qu'ils manient avec des gestes amples suscitant la curiosité et, avouons-le, l'admiration des néophytes car ces marcheurs aux bâtons progressent à une vitesse impressionnante. Ces sportifs sont les adeptes d'une marche qui nous vient du froid, de Scandinavie : la marche nordique ! Quant aux fameux bâtons, si vous les regardez de près, il ne s'agit point de cannes à l'ancienne ou de belles branches de bois astucieusement sculptées, mais d'ustensiles ultra-perfectionnés.

Née en Finlande dans les années 1950 pour permettre aux skieurs de fond de s'entraîner en attendant la neige, cette marche a connu une ascension vertigineuse un demi-siècle plus tard avec l'invention de ces ustensiles tout à fait indispensables. Il fallait en effet concevoir un bâton permettant d'absorber les secousses liées à la dureté des sols, secousses qui peuvent facilement endommager les articulations du marcheur. D'après les spécialistes, le bâton idéal comprend entre 70 et 80 % de carbone, le reste étant en fibre de verre.

Mais cet équilibre ne suffit pas, loin s'en faut ! Le bon bâton doit aussi avoir un gantelet car le marcheur, pour avancer au rythme souhaité, doit effectuer des mouvements imposant, qu'il lâche puis reprenne son bâton en main, ce que la dragonne d'un bâton de randonnée classique ne peut permettre. Autre exigence : le marcheur doit aussi choisir la poignée qui lui convient. En plastique ? Bof, transpiration assurée. En gomme ? Bien. En liège ? Excellent. Même exigence pour la pointe : tungstène ou fer ? droite ou courbe ?

Côté tarifs, la fourchette va de 20 € (le Tembea 50 de chez Hewfeel) à 70 € (le bâton X5 de chez Gabel SRL). Dans ce domaine, il convient de demander conseil aux spécialistes des magasins de sport. Ou à un ami devenu accro à ce genre de marche car il a appris qu'elle fait travailler 80 % des parties du corps (le cœur, en particulier) et permet de perdre efficacement du poids. D'où son succès dans l'Hexagone et, plus largement, dans l'Europe entière où elle compte des millions de pratiquants.

Enfin, pour être complet, signalons que cette marche est très différente de la marche traditionnelle et qu'elle impose une condition physique excellente (et on ne peut s'y adonner des heures durant sans faire de longues poses !). Précisons aussi que ce n'est pas parce que ses mouvements ont l'air simple qu'ils le sont : ils imposent en effet une parfaite coordination des pieds et des mains que nombre de marcheurs ont bien des difficultés à obtenir ! Enfin, ce n'est pas parce qu'on marche avec deux bâtons qu'on pratique nécessairement la marche nordique...

■ MONTAGNE ÉVASION

4, rue des Vosges

GÉRARDMER

☎ 03 29 63 17 50

www.montagne-evasion.com

contact@montagne-evasion.com

Du lundi au vendredi de 9h à 12h30 et de 13h30 à 18h30.
Le samedi de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h.

Montagne Evasion, tour opérateur implanté à Gérardmer depuis 30 ans propose des voyages à pied en France et aux quatre coins du monde. Entre mer et montagne ils élaborent des circuits avec passion et professionnalisme alliant marche et culture.

Leurs spécialités ? Le massif Vosgiens et les massifs frontaliers : la Forêt Noire ; le Tyrol et la Bavière ; Les Balkans : Croatie, Monténégro, Bosnie et Albanie ; les îles : Madère, Majorque, Malte, les Canaries ou encore les Antilles et le monde avec l'ouverture sur l'Asie : Sri Lanka, Vietnam, Cambodge, etc..

Du voyage individuel ou en groupe constitué au voyage sur mesure privatif, leurs conseillers expérimentés concoctent des voyages inoubliables.

■ SERAC ORGANISATION

6, rue de Mortillet

GRENOBLE

☎ 04 76 86 46 84

www.serac-montagne.com

La montagne est l'un de nos derniers espaces de liberté. Pour la découvrir il faut apprendre à la connaître. Pour entrer dans ce monde magique, guides de haute montagne, accompagnateurs et moniteurs vous attendent. Depuis plus de 15 ans Serac fait le lien entre eux et vous pour arpenter les vallées alpines du Vercors au Queyras en passant par l'Oisans ou les Ecrins. Cette association de tourisme organise aussi des expéditions plus lointaines comme au mont Cho Oyu (8 201 m dans l'Himalaya) ainsi que des séjours botaniques au Maroc, à Madagascar, aux Canaries, en Crète... D'une simple rando à la journée à une grande expédition en Himalaya, la gamme est large... Exemples : week-end en Oisans ou le tour du mont Viso, ascension du Gyaikjang 7 074 m au nord des Annapurna en un mois ou ascension de l'Aconcagua, un grand classique des hauts sommets des Amériques (22 jours).

■ CHAMINA VOYAGES

Naussac – BP 5 F

LANGOGNE

☎ 04 66 69 00 44

www.chamina-voyages.com

contact@chamina-voyages.com

Chamina Voyages est un tour-opérateur labellisé « Agir pour un tourisme responsable » depuis 2008. Il tire ses origines du milieu associatif du Massif Central des années 1980. L'agence, pionnière du développement de la formule « en liberté » dès 1985, a prouvé son savoir-faire sur la création de circuits avec accompagnateur. Elle propose plus de 200 destinations de randonnée et de trekking, en France, en Europe et dans le monde. En organisant ses séjours de gare en gare avec le choix de porter son sac, Chamina voyages est toujours à la recherche de solutions innovantes pour

réduire l'impact écologique de son activité. Différents niveaux de difficulté, divers types d'hébergement et des thématiques (famille, Compostelle, vélo, forme...) sont proposés afin que chacun trouve la randonnée qui lui convient.

■ RANDOBIVOUAC LEDEUIX

☎ 06 14 49 46 36

www.randobivouac.com

Sébastien Bouchonneau est accompagnateur en montagne, instructeur en marche nordique et enseignant en stretching postural. Il propose des randonnées montagne, en raquettes à neige, en marche nordique. Ses principales destinations : Pyrénées, Corse, Maroc... Plusieurs types de randonnées sont possibles : à thèmes, d'orientation, itinérantes, bivouacs, séjours « Aventure » pour s'immerger pleinement dans la nature et participer à la vie locale... Chaque randonnée est adaptée au niveau du groupe. Des séjours organisés à la carte sont possibles sur demande.

■ AVENTURES & VOLCANS 73, cours de la Liberté (3^e)

LYON

☎ 04 78 60 51 11

www.aventurevolcans.com

lyon@aventurevolcans.com

Aventure & Volcans a vu le jour en 1986 grâce à la rencontre entre Guy de Saint-Cyr, passionné de volcanologie, et l'agence Exo qui proposait des voyages dans le Grand Nord et sur les glaciers. Cette alliance entre le feu et la glace propose rapidement une première destination : le Stromboli en éruption et les éoliennes. Un petit bateau est loué pour faire le tour des îles en été et les voyageurs dorment sur la plage. Face à un intérêt grandissant de la part « d'aventuriers », une seconde destination est proposée, cette fois à la Réunion, alors que la Fournaise est en éruption. La qualité de ces expéditions est reconnue officiellement en 1996, date à laquelle l'agence se voit décerner le « Gulliver du Tourisme Nature » au Salon de Paris. Aujourd'hui, Aventure et Volcans ce sont plus de 50 destinations, des îles Galápagos au Vanuatu, pensées et proposées pour répondre à la soif de découverte, au besoin de vibrer des voyageurs les plus exigeants. Au plus près de la vie des animaux en allant chatouiller les poissons des plus belles mers du globe, observer les gorilles, dénicher les Tarsius d'Indonésie. Au plus près de ces peuples que l'on croise au-delà des frontières, en partageant avec eux le couvert et parfois même le gîte. Aventures et Volcans proposent des séjours pour tous. Exemple : « Des Volcans sur la Mer » en huit jours permet de partir à la découverte de quatre des sept îles de l'archipel éolien entre Italie et Sicile, où le feu colore les lieux et dessine les paysages. La randonnée est un savant dosage entre volcans actifs, balades dans les villages typiques, visites des musées de Lipari, ou simplement farniente dans de beaux hôtels en dégustant la célèbre granita à la terrasse ombragée d'un bar. Cet itinéraire est particulièrement indiqué aux familles ou aux personnes ayant envie d'alterner marche et tourisme.

■ CONTINENTS INSOLITES

38, quai Arloing (9^e)

LYON

☎ **04 72 53 24 90**

www.continentsinsolites.com

C'est le spécialiste des voyages au long cours, façon tour du monde avec bâton de pèlerin ! Depuis janvier 2011 Terra Incognita est devenue Continents Insolites. Spécialisée dans les voyages thématiques en petits groupes depuis 1999, Terra Incognita a concentré son savoir-faire sur des voyages de découverte très personnalisés et cousus mains. Lorsque Terra Incognita rencontre Continents Insolites en 2003, cette maison belge fondée en 1976 autour de voyages très aventureux évolue également vers une approche plus sur mesure. . .

Au fil de premiers voyages organisés en commun, les équipes de Terra Incognita et Continents Insolites se lient autour d'une même passion pour la découverte des cultures et d'une nature toujours éblouissante. Partageant des valeurs fortes, les deux marques travaillent depuis avec les mêmes partenaires locaux, éditent ensemble leur guide du voyage sur mesure. Exemple : Costa Rica, taillé sur mesure, avec volcans, jungle et plages et extension au Panama, un circuit 16 jours. Des succursales à Paris, Bruxelles et Monaco.

■ HUMANS CLUB AVENTURE

4, rue Henri-et-Antoine-Maurras (16^e)

MARSEILLE

☎ **04 96 15 10 20**

www.clubaventure.fr

Club Aventure, c'est depuis 1975 une grande famille de passionnés qui voyage aux quatre coins du monde, forme des guides, trace des itinéraires, construit pièce par pièce les rêves d'aventure de milliers de voyageurs avides de nature et d'ailleurs. Spécialiste des voyages d'aventure en France et dans le monde depuis 1981, Club Aventure – désormais Humans Club Aventure – propose plus de 800 voyages, 100 destinations, 3 typologies de voyages d'aventure : les trekkings accompagnés, les randonnées, les voyages découverte. Certains programmes sont adaptés aux familles avec enfants. Ces parcours sont adaptés à leur rythme, entrecoupés d'activités ludiques comme les rencontres avec d'autres enfants, des baignades, du canoë-kayak, des activités manuelles, culinaires, etc. Les enfants découvrent la vie en pleine nature, et les guides sont là pour leur expliquer la formation d'un geyser, la formation des dunes de sable, etc. La convivialité, la rencontre, l'échange sont les ingrédients majeurs des voyages Club Aventure. La logistique du voyage est gérée de A à Z dans les plus petits détails. En Croatie, par exemple, Humans vous propose des randonnées dans les parcs nationaux ; en Dalmatie, circuits sur les crêtes ou d'île en île, des périples mariant nature et culture. Nouveautés : le Maroc, avec les villages du Toubkal en liberté, niveau facile, 8 jours. Facile encore et en famille, l'Égypte « le Nil à contre-courant », 8 jours avec 5 demi-journées de marche et

5 demi-journées de navigation. Humans Club Aventure organise également des randonnées personnalisées. Trois agences à Marseille, Lyon et Paris. Implantation également en Suisse et en Belgique.

■ ARCANSON

Les Gaillardes

MÉAUDRE

☎ **04 76 95 23 51**

www.arcanson.com

contact@arcanson.com

Gîtes de France (3 épis).

En 1985, Martine et Jean-Yves Dutrievoz rénovent une ancienne laiterie pour la transformer en gîte de charme. Etape par étape, tel l'artisan bâtissant son ouvrage pierre après pierre, Arcanson a grandi avec beaucoup de passion et un brin d'imagination. Aujourd'hui, au cœur du massif du Vercors, c'est non seulement un gîte 3 épis qui accueille le visiteur mais aussi une agence de voyages concoctant des séjours et des voyages maison. L'amour du pays et du métier guide cette solide équipe à l'esprit familial qui propose au fil de l'année des randonnées pédestres et en VTT en circuits libres ou organisés, en France comme à l'étranger. Le Vercors de préférence mais aussi ailleurs dans le monde : Madagascar, le Kirghizstan ou encore le Maroc. En France, c'est aussi le tour du mont Blanc ou du Queyras.

■ GRAND ANGLE

Le Village

MÉAUDRE

☎ **04 76 95 23 00**

www.grandangle.fr

info@grandangle.fr

Lundi-vendredi, 8h30-12h30 & 13h30-18h30 ; samedi, 9h-12h & 14h-17h.

Grand Angle est un voyageur spécialisé dans le voyage nature, à pied, à vélo, à ski nordique, en raquette, en kayak. . . Agence de voyages de terrain, installée depuis 1985 dans le Vercors à Méaudre, au cœur du parc naturel, l'équipe est formée de professionnels – accompagnateurs en montagne, moniteurs de ski. . . –, tous passionnés de nature et de voyage, au bureau comme sur le terrain ! Riche de plus de 25 ans d'expérience dans l'organisation de séjours, l'agence propose des circuits guidés ou en liberté, et offre à ses clients toute la souplesse d'une structure à taille humaine pour concevoir des itinéraires sur mesure. Et parmi les nombreux séjours proposés, laissez-vous tenter par celui qui vous fera découvrir en 12 jours la Guadeloupe, les Saintes et Marie-Galante.

■ VISAGES

Le Campana

MONT-DAUPHIN

☎ **04 92 45 18 05**

www.visages-trekking.com

info@visages-trekking.com

Retrouvez l'index général en fin de guide

Trekking au Népal, périple en Jordanie, rando dans les Alpes du Sud... Visages est née en 1981 du désir de guides de montagne des Hautes-Alpes de mettre en commun leur énergie et leur savoir-faire. En 1991, une nouvelle équipe se constitue avec un credo : la randonnée accessible à tous et des voyages adaptés à tous les niveaux, sportifs ou plus tranquilles, en famille ou en individuel. Visages œuvre également pour un tourisme responsable s'engageant notamment à choisir des correspondants à l'étranger dont les prestations sont en adéquation avec ses principes déontologiques.

■ ALLIBERT TREKKING

37, boulevard Beaumarchais (3^e)

PARIS

☎ 01 44 59 35 35

www.allibert-trekking.com

Ouvert du lundi au vendredi de 9h à 19h ; le samedi de 10h à 18h.

Parmi les doyens du voyage « sac à dos », Allibert n'est pas des moindres, et a fêté il y a peu ses 40 ans d'existence. Acter une passion, celle de parcourir le monde, c'est de cette volonté qu'est né Allibert Trekking, un tour-opérateur fondé par trois guides de haute montagne qui vous font partager leur amour d'un voyage toujours respectueux, proche des hommes et de la nature. Agence guide de montagne avec plus de mille circuits différents dans le monde. Spécialiste des trekkings en haute montagne, Allibert Trekking propose également des itinéraires en famille adaptés à l'âge de l'enfant, à ses capacités d'effort et à la composition du groupe : étapes plus courtes, objectifs intermédiaires, haltes... A chaque étape, des découvertes autour de l'environnement, de la nature et de la culture locale, et des activités ludiques : cheval, bateau, Accrobranche, kayak, vélo, traîneau à chiens... L'encadrement est assuré par un guide ayant l'habitude des enfants. Il est responsable du bon déroulement du voyage et de la sécurité. La possibilité de portage pour les voyages avec animaux – un âne ou un chameau – est réservé pour deux enfants jusqu'à 16 ans, en fonction des destinations. Par exemple : la randonnée « Les Fées de Cappadoce » en 8 jours est composée d'une marche de 4 à 5 heures par jour sur chemin, piste, sentier ou parcours vallonné en traversée ou en boucle, faciles

d'accès, avec un portage uniquement des affaires de la journée et un hébergement en hôtel et pension.

► **Autres adresses** : 156, avenue de l'Aiguille-du-Midi – 74400 Chamonix (04 50 53 88 00) • 19, rue Léon-Gambetta – 31000 Toulouse (05 34 44 55 70) • 4, rue des Mesures – 06270 Villeneuve-Loubet (04 93 22 62 48) • Route de Grenoble – 38530 Chapareillan (04 76 45 50 50)

■ ATC – ROUTES DU MONDE

9, rue du Château-Landon (10^e)

PARIS

☎ 01 55 26 93 70

www.atc-routesdumonde.com

ATC-Routes du Monde est une association touristique qui organise des séjours aussi bien en France qu'à l'étranger. Elle a de nombreux points infos dans tout l'hexagone. Billets d'avion, réservations de gîtes, campings ou appartements font également partie de ses activités. Atc-Routes du Monde est également titulaire de l'agrément IATA, qui lui permet de pouvoir émettre des billets d'avion, ce qui est rare pour une association.

■ NOMADE AVENTURE

40, rue de la Montagne-Sainte-Genève (5^e)

PARIS

☎ 08 25 70 17 02

www.nomade-aventure.com

infos@nomade-aventure.com

Ouvert du lundi au samedi de 9h30 à 18h30.

Des prix intéressants, un état d'esprit sympa, des destinations très variées... A thème ou sans thème, à pied ou en moto, tranquille, dynamique, sportif, libre, entre ami(e) s ou en famille, Nomade Aventure offre de nombreuses possibilités de séjours aux touristes qui apprécient l'expérience de ce spécialiste du voyage en groupe en France et dans le monde. Pour découvrir le Bouthan ou le Sri Lanka, la Guyane ou la Grèce, et bien d'autres destinations encore... Sur place, vos guides sont francophones. Ils connaissent bien leur pays et ne se contentent pas de vous accompagner, mais vous font aussi découvrir ses richesses et ses particularités.

► **Autres adresses** : 10, quai de Tilsitt 69002 Lyon • 12, rue de Breteuil 13001 Marseille • 43, rue Peyrolières 31000 Toulouse



Sur les chemins de France et les Routes du Monde

- Plus de 800 randonnées par an, en France, à l'étranger, de la promenade au trek...
- Des résidences et des gîtes idéalement placés pour vos séjours Rando : côte méditerranéenne, Alpes, Pyrénées, Vosges et Jura, Auvergne et Cévennes...
- Mais aussi des voyages et séjours dans le monde entier, des croisières, des billets d'avion, des loisirs de proximité...



Documentation gratuite au 01 55 26 93 70 / 76 ou sur notre site : www.atc-routesdumonde.com

Notre Boutique : 9 rue du Château Landon, 75010 Paris, du lundi au vendredi de 9h à 17h

■ ZIG ZAG

54, rue de Dunkerque (9^e)

PARIS

☎ 01 42 85 13 93

www.zigzag-randonnees.com

informations@zigzag-randonnees.com

Depuis sa création en 1984, Zig Zag vous invite à la découverte des grands espaces. Au programme : le Sahara, le Maroc, la Tunisie, le Soudan, le Tchad, l'Afrique (Ethiopie, Tanzanie...), l'Asie, la Chine ou encore le Vietnam, les sentiers non battus, la nature à l'état brut, les petits groupes – pas plus de 12 personnes –, les treks difficiles et ceux qui le sont moins pour permettre aux familles de partager le plaisir de la marche. Zig Zag partage également le goût de la liberté pour offrir des circuits sans accompagnateur à ceux qui le souhaitent et des voyages à la carte. Pour le seul Pérou, une dizaine d'itinéraires et des trekkings dans de nombreux pays et de multiples environnements.

■ TERRES D'AVENTURE

30, rue Saint-Augustin

PARIS

☎ 08 25 70 08 25

www.terdav.com

infos@terdav.com

Ouvert du lundi au samedi de 9h30 à 19h.

L'un des leaders et des pionniers de la discipline ! Terres d'Aventure est spécialisée dans le voyage à pied accompagné depuis près de 40 ans. Au sein d'un groupe de dix personnes en moyenne, les randonneurs suivent un itinéraire hors des sentiers battus à la découverte de nouveaux paysages, de rencontres inattendues, d'histoires insoupçonnées. Différents types de formules sont proposés même en famille. De Bali au Pérou en passant par l'Égypte, le Maroc, mais également la France, on peut vivre l'aventure avec des enfants dès l'âge de 4 ans. Le groupe est alors exclusivement constitué de familles, et les itinéraires, adaptés au rythme spécifique lié à la présence des enfants, alternent le plus souvent balades et activités dans des sites toujours plus originaux. Possibilité de réaliser un voyage à pied sur mesure en constituant son propre groupe, en randonnant simplement accompagné d'un carnet de voyage – cartes, descriptif de l'itinéraire, points forts... – et sur certains circuits la possibilité de choisir le type d'hébergement ou l'itinéraire de la journée. Vous êtes assurés de loger dans des hébergements de qualité, testés par les équipes, et de randonner sur des itinéraires fiables. Coup de cœur pour le magnifique trekking de 15 jours dans la chaîne des monts Albroz, en Iran.

■ RANDOMONA

ZI République 2

6 bis, rue Albin Haller

POITIERS

www.randomona.com

randomona@randomona.com

Randomona ? Pour RANDonnées, MONTagne et NATURE. Une agence associative d'écotourisme spécialisée dans les trekkings et les séjours nature. A l'opposé du tourisme de masse. Au programme : paysages sauvages et préservés,

rencontres authentiques avec les populations visitées, attention particulière au respect de la nature et des hommes, aide aux populations les plus démunies, hébergements confortables en immersion dans les régions visitées. Au retour un débriefing avec les voyageurs pour évaluer le séjour, la difficulté d'une randonnée, la qualité d'un restaurant, d'un guide local, la modification des conditions de sécurité d'un itinéraire, un nouveau centre d'intérêt... Les destinations sont nombreuses et variées de la France à la Mongolie en passant par Madère et Ushuaia. Nouveauté : seule agence en France à organiser des voyages sur le thème de la préhistoire.

■ RANDONADES

30, allée Arago

PRADES

☎ 04 68 96 16 03

www.randonades.com

Joli nom pour des randonnées et des séjours 100 % Pyrénées et 100% pédestres. Randonades est membre fondateur du réseau « Sentiers croisés » qui rassemble des professionnels du trekking et de la randonnée. Unis par les valeurs du tourisme responsable, par une passion commune de leur métier et de la nature, ils ont choisi de créer et produire ensemble certains circuits. Par ailleurs, depuis sa création et à l'inverse de la tendance actuelle, Randonades limite ses groupes à 12 personnes dans un souci de convivialité et de sécurité. Les séjours accompagnés sont assurés à partir de 5 personnes sans supplément. Des hébergements comme à la maison, une offre toujours renouvelée, une implantation locale et proche du terrain sont autant de points forts chez Randonades. Inventeur original des séjours désormais incontournables des Pyrénées, l'agence propose des circuits de Collioure à Cadaqués, de Montserrat à Barcelone ou encore la Caldéa en Andorre, le tour du Canigou, la traversée de Cerdagne Capcir en raquette...

■ COMPAGNIE DES SENTIERS MARITIMES

2a, rue Poullain Duparc

RENNES

☎ 02 99 78 83 70

www.sentiersmaritimes.com

info@sentiersmaritimes.com

Cette agence de voyages pointue est, depuis 1992, spécialisée dans la découverte du littoral. Au sens large... Elle vous propose des séjours de randonnées organisés le long du littoral de Bretagne, de Méditerranée, du Bosphore et même du Québec. Le transfert de vos bagages est assuré entre chaque hébergement ainsi que la réservation des logements tout au long du parcours. Séjours accompagnés ou en liberté.

■ FRANCE RANDONNÉE

9, rue des Portes-Mordelaises

RENNES

☎ 02 99 67 42 21

www.france-randonnee.fr

info@france-randonnee.fr

Métro Sainte-Anne, Bus 2, arrêt Les Licés.

Ouvert du lundi au vendredi de 10h à 12h30 et de 14h à 18h ; le samedi de 10h à 13h. Fermetures certains samedis en basse saison.

A pied, à cheval, en vélo, à thème, accompagné, en liberté... France Randonnée, ce sont des professionnels de plus de vingt-cinq ans d'expérience, connaissant à fond leur métier, depuis l'aménagement de terrain jusqu'à la commercialisation en passant par la production de forfaits touristiques. Une connaissance approfondie des terroirs et un important relationnel tissé au fil des années leur permettent, au-delà des destinations présentées sur ce site, d'adapter et de concevoir avec souplesse et réactivité des randonnées sur mesure à l'attention des groupes. Explorateur de terroirs, France Randonnée est aussi grand provocateur de rencontres et stimulateur d'échanges.

■ **LA CAMINADE**
59 bis, rue du Mûrier
SAINT-CYR-SUR-LOIRE
 ☎ 09 70 44 59 24

www.randolacaminade.com

La Caminade propose toute une série de randonnées pédestres sans guide, en France de 2 à 10 jours, en permettant de choisir la date de départ. Les randonneurs sont libres de toute contrainte, ils marchent à leur propre rythme en couple, en famille ou avec des ami(e)s, s'arrêtant quand bon leur semble. L'itinéraire proposé est décrit de façon explicite et très détaillé dans un carnet de route qui comprend également les cartes IGN au 1/25 000^e de la contrée, et c'est un jeu d'enfant que de le suivre ! La Caminade se charge également des hébergements (uniquement en hôtels ou en chambres d'hôtes), et en option, du transport des bagages entre chaque étape de la randonnée. Un petit sac à dos suffit pour des effets journaliers, le pique-nique et la boisson. Mer, campagne, montagne sont accessibles à tous, chaque randonnée (une cinquantaine au choix) étant classée par son degré de difficulté. Sachez que désormais la Caminade poursuit le chemin de Compostelle jusqu'en Espagne en collaboration avec un tour-opérateur espagnol. Très bon rapport qualité/prix.

■ **SENTIERS DE FRANCE**
59 bis, rue du Mûrier
SAINT-CYR-SUR-LOIRE
 ☎ 02 47 41 67 07

www.sentiersdefrance.com

Ouvert du lundi au vendredi de 9h30 à 12h et de 14h à 19h ; le samedi de 10h à 14h.

Sentiers de France propose un vaste choix de randonnées pédestres indépendantes dans les plus belles régions de France, pas de groupe ni de date imposés, pas de guide. Plus de 150 randonnées en liberté de 5 à 15 jours pour découvrir le riche patrimoine et la cuisine des régions de France, classées par thème (mer, montagne, lacs et rivières, sentiers historiques...), région, niveau de difficulté, durée. Vous marchez à votre rythme en couple, en famille ou entre amis, en suivant les indications détaillées d'un carnet de route et des cartes IGN au 1/25000^e que Sentiers de France remet au départ. Les étapes se font dans des hôtels de charme et de caractère classés et les repas privilégient la cuisine du terroir. Un subtil dosage de

visites, de promenades et de petites balades pour mieux apprécier la région et son patrimoine historique, de farniente, de découverte des produits locaux et des bonnes tables.

■ **VIAMONTS TREKKINGS**
26, avenue François Mitterrand
SAINT-GAUDENS
 ☎ 05 61 79 33 49
www.viamonts.fr

A l'origine, deux personnes : Thierry et Sarah Modolo... Après avoir parcouru quelques-uns des chemins du monde, Viamonts Voyages voit le jour à Saint-Gaudens, une petite ville commingeoise située au carrefour des quatre vallées : Haute-Garonne, Barousse, Hautes-Pyrénées, Val-d'Aran. L'agence grandit peu à peu, enrichie chaque année de nouvelles destinations. Au-delà des Pyrénées, Viamonts vous fait aussi découvrir le monde même si, enfant de Saint-Gaudens, il reste très attachés à son pays. Au programme toutefois : treks dans le désert et près de 50 pays au choix !

■ **AKAOKA**
Hameau de la Combe
SAINT-LAURENT-LE-MINIER
 ☎ 04 99 53 08 57
 ☎ 0 825 000 84
www.akaoka.com
akaoka@akaoka.com

Plus de 400 voyages personnalisables dans les glaces ou les sables, d'un bout à l'autre du monde, accompagnés (à partir de 4 personnes) ou en liberté. Akaoka est né de la rencontre de deux professionnels de l'aventure, passionnés de voyages et d'expéditions qui ont passé plus de quinze ans à sillonner les montagnes et les chemins du pourtour méditerranéen. Ils ont noué au gré des rencontres des liens uniques et indéfectibles avec les autochtones devenus aujourd'hui des partenaires de confiance dans l'organisation de leurs voyages. Les programmes proposés sont, pour ceux qui le souhaitent, une base pour élaborer un voyage plus personnalisé, sur mesure. L'agence porte une attention particulière au choix des itinéraires, avec ou sans portage, à la qualité des hébergements, de la restauration ainsi qu'à la sélection des équipes locales et d'encadrement. De plus, l'ensemble des circuits répond à des critères d'éthique : le respect de l'environnement, des traditions et des populations locales. Les programmes s'étendent du sud de la France à l'ensemble du pourtour méditerranéen et se développent depuis peu sur le nord de l'Europe où l'on reste à 5 heures de vol de la France. Nouveautés de l'année : un nouveau site qui est le premier à répondre en temps réel en donnant les disponibilités et les tarifs pour des voyages sur mesure et bientôt la petite sœur d'Akaoka sur l'Amérique latine. Concernant le Liban, Akaoka organise des randonnées de 8 jours qui conviennent aussi bien aux marcheurs chevronnés qu'aux débutants, à ceux qui veulent partir en famille qu'aux individuels. Désormais, Akaoka vous accompagne aussi pour organiser des randonnées lointaines, en Inde ou en Indonésie par exemple.

■ PEDIBUS**Maison du Rosaire
SAINT-PIERRE-D'ENTREMONT**

☎ 04 79 65 88 27

www.pedibus.org

Installée dans le petit village de Saint-Pierre-d'Entremont au cœur du parc naturel de Chartreuse, Pedibus a été créée en 1986 par un accompagnateur en montagne qualification raquettes, Lionel Fouque. D'abord concentrée sur la rando de montagne en France, l'agence a ouvert son catalogue aux quatre coins du monde, allant du trek pour randonneurs confirmés aux balades à pied plus accessibles. Dans les îles de la Méditerranée, le cocktail allie randonnée, baignade et visites culturelles. Pour ceux qui préfèrent choisir leurs dates de départ, partir en famille ou entre ami(e)s sans accompagnateur, Pedibus a mis en place la randonnée en liberté : sur le chemin de Saint-Jacques-de-Compostelle du Puy à Santiago, sur le sentier de Stevenson, ou sur le tour du mont Blanc ou du Queyras. Ce type de randonnée est accessible à tous pour découvrir, par le plaisir de la marche à pied, de magnifiques itinéraires dans les Alpes, les Pyrénées, le Massif central, le Jura, les Vosges, la Bretagne... en France, voire même en Crète ou au Népal, dans les îles espagnoles ou en Bulgarie. Ce sont généralement des randonnées itinérantes, d'hôtel en hôtel, sans portage, les bagages étant acheminés indépendamment. Il suffit de suivre un itinéraire en se servant d'une carte, d'un topo et de balises sur le terrain.

■ LA PÈLERINE**32, place Limozin
SAUGUES**

☎ 04 71 74 47 40

www.lapelerine.com
pierre@lapelerine.com

La Pèlerine a déménagé à Saugues, petit village étape de « la route du Puy ». Cette agence de voyages est spécialisée dans la randonnée pédestre uniquement, avec une formule « randonnées pédestres et remise en forme » en France comme à l'étranger. Les circuits sont « confort », sans portage de bagages et très souvent en hôtel ou chambres d'hôtes. Parmi les nombreuses destinations – libres ou accompagnées : les sentiers auvergnats, les chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle en France et en Espagne, le chemin de Stevenson, du trekking en Irlande ou au Portugal... La Pèlerine, présente sur de nombreux salons, privilégie le randonneur et met tout en œuvre pour le revoir sur d'autres circuits.

■ ARTAMBULE**La Chapelle
SAUZE**

☎ 04 93 05 55 05

☎ 06 07 26 56 05

www.artambule.com
info@artambule.com

La spécificité de cette agence est l'organisation de randonnées culturelles à thème. Ainsi propose-t-elle des voyages littéraires (sur les traces de Giono en Provence, par exemple), des séjours pour mélomanes (associant concerts et marches tranquilles), des séjours sur les

sentiers des peintres... Pas de trek sportif mais du plaisir pour les yeux en pleine nature comme sur des sites du patrimoine. Les randonnées sont guidées par un accompagnateur spécialiste. Parmi les destinations, la France, l'Arménie, la Russie et l'Europe centrale. Bon à savoir : réduction (-5%) lors des inscriptions plus de 70 jours avant le départ...

■ TOUR AVENTURE TREKKING**2, rue du Barri
TARASCON-SUR-ARIÈGE**

☎ 05 61 05 16 31

www.tour-aventure.com

Les Pyrénées et la Corse sont au programme de cette agence créée en 1996 et spécialisée dans l'organisation de randonnées pédestres et de séjours actifs. La branche corse est gérée par Corsica Aventure et celle des Pyrénées par La Grande Cordée, l'hôtel organisateur de séjour. De la Corse aux Pyrénées, la même passion anime les organisateurs. Pour les autres randonnées et les voyages de trek Tour aventure vous recommande son partenaire, La Balaguère, une entreprise engagée au cœur des Pyrénées.

► **Autre adresse** : Route du Vazzio (face au stade François Coty) 20000 AJACCIO 04 95 50 72 75

Argent, assurances et formalités

Passeports et visas

La carte d'identité suffit pour voyager dans presque tous les pays d'Europe. Hors de l'Europe, le passeport est généralement demandé. Les États-Unis exigent, eux, un passeport « biométrique », plus long à obtenir. De nombreux pays, sans convention avec la France, exigent la délivrance d'un visa, dont la demande est faite auprès du consulat ou de l'ambassade du pays de destination. Le délai d'obtention varie entre une et quatre semaines. Dans le cas d'un voyage itinérant entre plusieurs pays, il existe des visas à multiples entrées.

Sur place, il est recommandé de garder avec soi des photocopies de ces documents ainsi que du permis de conduire, et de les ranger dans un bagage différent ou de le confier à un ami qui voyage avec vous. En cas de perte ou de vol, cela facilite grandement les démarches auprès des ambassades ou des autorités locales. Ayez également sur vous les coordonnées des ambassades ou des consulats.

Argent

Si vous ne voulez pas que votre rando manque de fun et de confort, il est important de prévoir au mieux vos dépenses avant de partir et de calculer les faux frais quotidiens en fonction du programme prévu. Assurez-vous toutefois d'avoir un peu de réserve sur votre carte bleue. Attention, pour certaines destinations,

il vaut mieux prévoir une Visa, pour d'autres une Mastercard. A l'étranger, pour certaines destinations – le Maroc, par exemple –, mieux vaut bien anticiper le change de liquide, en raison de la faiblesse des réserves disponibles. Prévoyez aussi que tous les pays n'ont pas un réseau de distributeurs de liquide et de bureaux de change. Obtenir du liquide peut devenir une randonnée à part entière ! Enfin, ne mettez pas tous vos œufs dans le même panier : partagez le liquide si vous êtes plusieurs.

Assurances

La plupart des voyageurs proposent des assurances. Mais lisez bien toutes les clauses avant de signer ! Vérifiez également que ces assurances couvrent un vrai besoin : votre propre assurance peut suffire. Parmi les assurances recommandées : les assurances annulation et perte de bagages, ainsi que l'assurance rapatriement, importante lors d'un voyage à pied. D'ailleurs, cette dernière est souvent couverte par votre carte bancaire.

Forme, santé et alimentation

Comme toute activité physique, la randonnée exige d'être attentif à votre corps. Vous devez vous préparer, anticiper les petits – ou grands – désagréments de santé et adapter votre alimentation afin de ne pas « caler » au bord du chemin... Un check-up médical préalable peut être utile.

d'endurance sont également une bonne préparation du système « cœur-poumon » qui sera ainsi mieux apte à fonctionner au mieux durant la marche.

Et si vous n'avez pas le temps ni l'envie de faire du sport, préférez au moins les escaliers à l'ascenseur, le vélo à la voiture, etc. Si vous prenez le train pour aller travailler, grimpez dedans avec votre vélo plutôt que de prendre bus, métro ou voiture pour relier la gare à votre lieu de travail... En plus, c'est gratuit.

Condition physique

Se préparer avant le départ

Marcher, l'être humain en fait l'apprentissage tout petit. Une fois acquise, la marche est naturelle et reste le moyen le plus économique pour se déplacer. Elle permet aussi de découvrir et d'arpenter des lieux inaccessibles aux engins motorisés. C'est simple comme chou, mais attention, pas sans danger toutefois. Randonner n'est pas une activité anodine, surtout lorsqu'il s'agit de parcourir des étapes de plus de 3 heures. Il convient de se préparer correctement. Le footing est sans aucun doute le meilleur des entraînements, notamment lorsque l'on projette de marcher en montagne. Cet entraînement doit être régulier et si possible s'effectuer tout au long de l'année. Au mieux, pour tenir le rythme soutenu de la randonnée, il est bon de marcher au minimum 1 heure rapidement chaque jour – 6 km – pendant les trois mois précédant le départ. Sinon, efforcez-vous de faire de courts trajets à pied plusieurs fois dans la journée, en variant, si possible, les terrains. Ajoutez quelques flexions et assouplissements des jambes, à faire idéalement une fois par jour jusqu'au départ et même pendant la marche. La natation, le roller, le vélo et tout autre sport

Gérer son temps et la fatigue

Après le signal du départ, votre préparation physique effectuée, vous vous sentirez prêt à gravir des montagnes... Mais pas si vite ! Rester maître de soi-même et de son parcours impose de gérer plusieurs paramètres : votre itinéraire, votre dépense physique et votre *timing*. La gestion du temps est l'une des bases fondamentales de la randonnée. Évaluez votre fatigue et à n'hésitez pas à faire une pause avant de vous épuiser. Pour éviter que le corps ne se refroidisse lors des pauses, privilégiez des coupures fréquentes à un seul arrêt prolongé. En moyenne, il est bon de s'arrêter un quart d'heure toutes les 45 minutes. Ces pauses sont l'occasion de faire des photos, d'observer la nature environnante, se documenter sur l'histoire locale, le patrimoine ou les produits du terroir... voire simplement de prendre le temps de méditer ou de discuter... Quoi qu'il en soit, les novices de la marche prolongée doivent savoir qu'il est imprudent de dépasser 4 ou 5 heures de marche par jour. Bien entendu, les amateurs de pèlerinage au long cours et les alpinistes aguerris dépassent souvent et parfois largement ce maximum préconisé !

Les bons réflexes en cas de problème

Si vous êtes en Europe, appelez le 112, le numéro d'urgence valable dans toute l'Union européenne. Allez ensuite chercher de l'aide dans un lieu fréquenté ou sur le bord d'une route. Mais attention : surtout, ne laissez jamais seule une personne blessée ou très fatiguée.