

TOURISM NOW

MA GA ZI NE

Building Bridges
for a Stronger Skål

Abrazando el poder de
la diversidad para seguir
construyendo un mundo más
inclusivo y acogedor.

DICIEMBRE 2024

COMMUNICATION



Skål International
 Edificio España | Avda. Palma de Mallorca 15, 1º
 29620 Torremolinos | Málaga, Spain
 +34 952 389 111 | communication@skal.org

TOURISM
 NOW
 MAGAZINE

04 Editorial

Mensaje de la Presidenta de Skål International y del Editor de la revista Tourism Now.

06 #EmpoweringDiversity #SkålNetwork

- 06 Skålega del Año.
- 08 'Legado étnico' por Skål International Director Mohan N S N.
- 12 Entrevista con Ash Munn, Presidente de Skål International Australia.
- 16 'Sunflower Lanyard', la iniciativa que proporciona apoyo a viajeros con discapacidades invisibles.
- 18 Premio Club Skål del Año.
- 20 Reconocimiento vitalicio a Antonio García del Valle, Presidente Honorario de Skål International.

22 Responsabilidad Social Corporativa

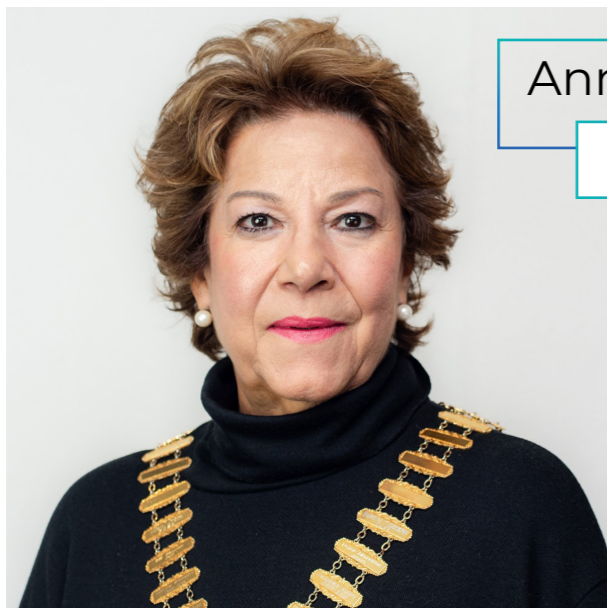
- 22 Entrevista a los ganadores de los Premios Skål International Sustainable Tourism 2024.
- 29 'Turismo y sostenibilidad' por Biosphere.

30 Eventos

- 30 Lo más destacado del Congreso Mundial Skål International Izmir.
- 32 Entrevista con Kamel Badawi, Director de Gestión e Inteligencia de Negocio, Aspire Zone (Sponsor del Congreso Mundial de Skål International 2024).
- 34 Últimas noticias sobre las ferias del sector.

Impulsa tu marca con oportunidades para anunciarte en la revista Tourism Now.
 Más información: skal@skal.org.

EDITORIAL



Annette Cardenas

Presidenta de Skål International

**HAY ALGO
INSUSTITUIBLE EN
LAS INTERACCIONES
EN PERSONA**

Al recordar nuestro reciente Congreso Mundial celebrado en la hermosa ciudad de Izmir, quiero dedicar un momento a destacar la **importancia vital de nuestra reunión anual**. Este evento no es sólo una reunión; es una oportunidad para reunirnos, establecer relaciones e identificar nuevas oportunidades que fortalezcan nuestra organización. Muchas gracias al Comité Organizador local, al Club Skål International Izmir y a todos aquellos que han trabajado tan duro para hacer de este evento una experiencia memorable.

Hay algo insustituible en las interacciones en persona. Una conversación cara a cara fomenta una conexión más profunda, creando un entorno en el que las ideas pueden fluir libremente y la creatividad puede prosperar. Compartir risas, experiencias y puntos de vista en persona refuerza

nuestros lazos y nos permite colaborar eficazmente de cara al futuro.

La fuerza de Skål International reside en sus miembros y en las relaciones que cultivamos. Al reunirnos cada año, no sólo celebramos nuestros logros, sino que también sentamos las bases para futuros éxitos. Convirtamos en una prioridad la asistencia al congreso mundial, asegurándonos de que se convierta en un acontecimiento verdaderamente transformador para nuestra organización.

Juntos, podemos convertir esta reunión en un **poderoso catalizador del cambio y la innovación**. Espero veros a todos allí el año que viene, dispuestos a compartir ideas, estrechar lazos y lograr un impacto duradero en nuestra querida organización.

¡Gracias a todos por un año maravilloso e inolvidable!

¡Skål!



Toni Ritter

Editor de Tourism Now y
Director de Skål International

**#EMPOWERINGDIVERSITY,
UN VALOR FUNDAMENTAL
QUE DEFINE QUIÉNES SOMOS
COMO MIEMBROS DE
SKÅL INTERNATIONAL**

A medida que nos acercamos al final de 2024, me complace compartir con vosotros la edición de diciembre de nuestra revista. Este número nos invita a reflexionar sobre un año lleno de retos, logros y momentos que nos han unido más como familia Skål global.

Nuestro tema presidencial, *'Building Bridges for a Stronger Skål'*, resuena profundamente con las **conexiones que hemos construido a lo largo del año**. Estos puentes simbolizan las asociaciones, colaboraciones y momentos compartidos que nos unen en nuestra misión de promover la amistad y el entendimiento en la industria del turismo. Cada conexión refuerza no solo nuestra organización, sino también la resistencia y la innovación dentro de nuestro sector.

Esta edición también destaca la importancia de **#EmpoweringDiversity**, un valor

fundamental que define quiénes somos como miembros de Skål International. La diversidad es más que un concepto: es lo que impulsa la creatividad, fomenta el crecimiento y enriquece todos los aspectos de nuestro trabajo. Como industria que se nutre del intercambio cultural y la conexión humana, **abrazar la diversidad no es sólo una responsabilidad; es una oportunidad para crear algo verdaderamente extraordinario**.

Ahora que el 2024 termina, os animo a que os sintáis orgullosos de lo que hemos conseguido juntos este año. Llevemos adelante este impulso, inspirados por los puentes que hemos tendido y la fuerza que hemos encontrado unos en otros.

Por un nuevo año lleno de oportunidades, crecimiento y conexión.

#EmpoweringWomen

Skålega del AÑO

EL PREMIO SKÅLEGA DEL AÑO ES UN PRESTIGIOSO RECONOCIMIENTO DENTRO DE SKÅL INTERNATIONAL QUE RINDE HOMENAJE A LAS PERSONAS QUE HAN REALIZADO IMPORTANTES CONTRIBUCIONES A LA ORGANIZACIÓN Y A LA INDUSTRIA TURÍSTICA.



Rosario González de Dellien.
Presidenta del Comité de Área Skål International América Latina Sur y Directora General de Paraíso Travel en Cochabamba, Bolivia.

Este año, **Rosario González de Dellien**, Presidenta del Comité de Área Sur de Latinoamérica de Skål International y Directora General de Paraíso Travel en Cochabamba, Bolivia, ha sido galardonada **por su excepcional liderazgo y dedicación**. Sus logros son especialmente notables en un sector tradicionalmente dominado por los hombres.

TRAYECTORIA

Con **más de 34 años de experiencia en el sector de los viajes y el turismo**, Rosario González de Dellien se ha convertido en una pionera.

Su evolución de agente de viajes a líder respetada refleja no sólo su excelencia profesional, sino también su compromiso inquebrantable con la promoción de la representación femenina en el turismo.

Se ha convertido en un modelo a seguir, demostrando que las mujeres pueden prosperar y liderar en un campo en el que las disparidades de género han existido durante mucho tiempo.

ROMPIENDO BARRERAS EN UN SECTOR DOMINADO POR HOMBRES

El ascenso de Rosario es una prueba de su resistencia y su visión. En Latinoamérica, donde los puestos de liderazgo en el sector de los viajes y el turismo han estado históricamente dominados por los hombres, Rosario ha desafiado las expectativas y ha creado nuevos caminos para las mujeres.

- **Empoderamiento femenino:** Al asumir posiciones de liderazgo en Skål International y en su propia compañía, Rosario está desafiando los estereotipos e inspirando a las mujeres a seguir una carrera en el turismo. Su éxito es un poderoso ejemplo de cómo las mujeres pueden sobresalir en todas las facetas de los negocios.
- **Tutoría y promoción:** Rosario está profundamente comprometida con la tutoría de mujeres jóvenes, compartiendo sus experiencias y animándolas a abrazar sus ambiciones con confianza. Su defensa va más allá de las palabras, ya que trabaja activamente para crear oportunidades para las mujeres del sector.
- **Promoción de la diversidad:** Bajo su dirección, el sector turístico ha prestado cada vez más atención a la diversidad. Rosario defiende la idea de que los equipos integradores generan soluciones innovadoras y mejores resultados para las empresas y las comunidades.

CONTRIBUCIONES A SKÅL INTERNATIONAL

Como Presidenta del Comité de Área de Latinoamérica Sur, Rosario ha dejado una huella imborrable en Skål International a través de su visión y sus iniciativas:

- **Abogando por el Turismo Sostenible:** Ha liderado los esfuerzos para priorizar la sostenibilidad en el turismo, alineándose con las tendencias mundiales y la creciente demanda de prácticas de viaje responsables.
- **Ampliación de redes y asociaciones:** El liderazgo de Rosario se ha caracterizado por la ampliación de las redes regionales, fomentando asociaciones que promueven las empresas locales y refuerzan el ecosistema turístico.

- **Destacando la cultura boliviana:** Su incansable labor para poner de relieve el patrimonio cultural de Bolivia ha contribuido a posicionar al país como un destino único y atractivo en la escena mundial.

LA IMPORTANCIA DEL PREMIO

Recibir el Premio Skålega del Año no es sólo un logro personal para Rosario, es un reflejo de su alineación con los valores que defiende Skål International. Este honor reconoce a las personas que ejemplifican el liderazgo, la innovación y el compromiso de mejorar la industria del turismo. Para Rosario, sirve de **plataforma para inspirar a otros, especialmente a las mujeres, a participar activamente en sus comunidades y hacer contribuciones significativas al turismo mundial**.

IMPACTO EN EL TURISMO LOCAL

Se espera que el reconocimiento de Rosario como Skålega del Año 2024 tenga un efecto dominó en el turismo local de Bolivia.

Su liderazgo no sólo inspira prácticas sostenibles, sino que también destaca la importancia de integrar a las comunidades locales en la narrativa del turismo mundial.

Este reconocimiento pone de relieve el destino Bolivia, fomentando un mayor interés y oportunidades económicas para su gente.

MUCHAS GRACIAS

El premio de Rosario González de Dellien como Skålega del Año subraya su inestimable contribución a Skål International y a la industria turística en general.

Como mujer que rompe barreras en un sector tradicionalmente dominado por los hombres, encarna la resistencia, la innovación y el empoderamiento.

Su **dedicación al turismo sostenible y a la colaboración internacional** es una inspiración para todos. De cara al futuro, el legado de Rosario continuará sin duda elevando el turismo boliviano y empoderando a futuros líderes, especialmente mujeres, dentro y fuera de Skål International.

#EmpoweringCulture

LEGADO ÉTNICO

En un mundo cada día más interconectado, el turismo sigue siendo un puente entre personas de culturas, orígenes y experiencias diferentes.



La diversidad del legado étnico, que abarca las distintas tradiciones, historias, lenguas y prácticas de diversos grupos de todo el mundo, es uno de los elementos más poderosos que enriquecen el turismo mundial.

Esta diversidad transforma el viaje en una experiencia de inmersión profunda, ofreciendo a los turistas no sólo nuevos destinos, sino nuevas formas de ver, entender y apreciar el mundo. He aquí cómo la diversidad del patrimonio étnico contribuye al crecimiento y la profundidad del turismo mundial.

FOMENTA EL INTERCAMBIO CULTURAL Y LA COMPRESIÓN

Cada grupo étnico es portador de costumbres e historias únicas transmitidas de generación en generación. Cuando los turistas visitan diferentes regiones, se involucran en estas ricas narrativas, lo que fomenta el intercambio cultural y la comprensión. Por ejemplo, explorar los rituales del pueblo masai en Kenia, celebrar el Día de los Muertos en México o participar en las festividades de Diwali en la India ofrece a los visitantes una experiencia de primera mano de las prácticas culturales. Estos intercambios fomentan la empatía, disipan estereotipos y promueven la unidad a través de experiencias humanas compartidas.

CREA EXPERIENCIAS DE VIAJE ÚNICAS

Los viajeros de hoy en día buscan cada vez más algo más que relajarse: buscan experiencias significativas y auténticas. La diversidad del legado étnico ofrece precisamente esto. Desde aprender artesanía tradicional en los pueblos de Japón hasta asistir a un espectáculo de flamenco en España o degustar los sabores de la cocina etíope, se ofrece a los turistas una gran variedad de actividades de inmersión. Estas experiencias, basadas en el patrimonio, permiten a los visitantes conectar profundamente con las comunidades locales, haciendo que cada viaje sea único y memorable.

APOYO A LAS ECONOMÍAS LOCALES Y AL TURISMO SOSTENIBLE

El reconocimiento del legado étnico a través del turismo favorece las economías locales, sobre todo en las regiones donde el turismo es la principal fuente de ingresos. Al participar en actividades de gran riqueza cultural -como visitas guiadas por comunidades indígenas, talleres de artesanía y experiencias culinarias tradicionales-, los turistas contribuyen directamente a la subsistencia de la

población local. Además, estas formas de turismo suelen ser sostenibles, ya que promueven la conservación de las tradiciones y ofrecen a la población local incentivos para proteger su entorno natural y cultural. Esta simbiosis entre turistas y lugareños garantiza que la diversidad del patrimonio étnico prospere para las generaciones futuras.

PRESERVA Y REVITALIZA LAS PRÁCTICAS CULTURALES

Muchas comunidades se enfrentan al reto de mantener sus prácticas culturales en un mundo cada vez más globalizado. El turismo puede ser un salvavidas vital para preservar lenguas, artesanía, música y danzas en peligro de extinción. Cuando los visitantes muestran interés por aprender las técnicas tradicionales de tejido o comprender las historias orales de una tribu, motivan a la comunidad para continuar con estas tradiciones. Por ejemplo, los maoríes de Nueva Zelanda y los sami del norte de Europa han descubierto que el turismo cultural les permite transmitir su patrimonio y mantener sus prácticas vivas y relevantes.

FOMENTA LA EDUCACIÓN Y LA SENSIBILIZACIÓN

El turismo centrado en el legado étnico fomenta una mayor conciencia de la diversidad que define a la humanidad. A través de museos, centros culturales, festivales del patrimonio e interacciones directas con la población local, los viajeros aprenden sobre las costumbres, las luchas y los logros de diversos grupos étnicos. Este conocimiento inspira a los viajeros a respetar las diferencias culturales y fomenta una mentalidad global más integradora y consciente de la riqueza de la historia de la humanidad.

FOMENTA FESTIVALES Y CELEBRACIONES

Muchos países atraen a los visitantes a través de celebraciones culturales anuales arraigadas en el patrimonio étnico. Desde el colorido festival de Holi en la India hasta el animado Carnaval de Brasil y el vibrante festival de Songkran en Tailandia, estos acontecimientos no son sólo atracciones turísticas, sino que también son esenciales para la identidad de las comunidades que los acogen. Al asistir, los turistas se convierten en parte de estas celebraciones, contribuyendo a su vitalidad y garantizando que sigan siendo tradiciones valiosas. Estos festivales son una invitación al mundo, que muestra los aspectos únicos del patrimonio étnico y anima a los viajeros a explorar y respetar estas tradiciones.

INSPIRA LA EXPRESIÓN ARTÍSTICA Y CREATIVA

La diversidad del legado étnico tiene un profundo impacto en el arte, la música, la danza, la moda y la literatura mundiales. Las influencias interculturales entre turistas y comunidades locales enriquecen la expresión creativa e inspiran nuevas formas de arte que mezclan elementos globales y locales. Esto es evidente en las tendencias mundiales de la moda, los géneros musicales de fusión y las innovaciones culinarias que incorporan sabores de diversas culturas. Al exponer a los turistas a la artesanía local, el turismo de patrimonio étnico amplía su aprecio por la creatividad arraigada en la identidad cultural, inspirando una escena artística global más diversa e inclusiva.

FOMENTA LA RESPONSABILIDAD Y EL RESPETO ENTRE LOS VIAJEROS

Por último, la diversidad del legado étnico en el turismo exige una mayor responsabilidad y respeto por parte de los viajeros. La oportunidad de conocer culturas diferentes conlleva la responsabilidad de participar de forma que se respeten los valores locales y se evite la explotación cultural. Las organizaciones que promueven el turismo responsable y educan a los turistas en la sensibilidad cultural desempeñan un papel crucial para garantizar que las interacciones con el patrimonio étnico sean respetuosas y beneficiosas para todos. Cuando los turistas abordan estas interacciones con humildad y respeto, contribuyen a una industria turística más ética y sostenible.

CONCLUSIÓN

La diversidad del legado étnico es uno de los mayores tesoros de nuestro mundo, y su influencia en el turismo mundial no puede subestimarse. Al ofrecer experiencias únicas, fomentar la comprensión y preservar las prácticas culturales, transforma el viaje en un recorrido enriquecedor que trasciende las fronteras geográficas. Como viajeros, reconocer y valorar la diversidad del patrimonio étnico profundiza nuestros vínculos con los lugares que visitamos y las personas que conocemos, recordándonos que nuestra humanidad compartida se expresa de formas maravillosamente variadas. En un mundo en el que las fronteras culturales son cada vez más difusas, el turismo sirve de plataforma para celebrar y honrar estas diferencias, haciendo de cada viaje un paso hacia una comunidad global más inclusiva e interconectada.



■ Por Mohan N S N.
Director de Skål International.



La diversidad del legado étnico en el turismo exige una mayor responsabilidad y respeto por parte de los viajeros.

#EmpoweringLGBTQIA+

ENTREVISTA CON ASH MUNN

TRAYECTORIA PROFESIONAL Y ROL EN AIR KIMBERLEY

¿PUEDES HABLARNOS DE TU TRAYECTORIA PROFESIONAL Y DE LO QUE TE LLEVÓ A CONVERTIRTE EN PROPIETARIO DE AIR KIMBERLEY?

Mi pasión por la aviación comenzó a los 15 años, tras mi primera clase de vuelo, una experiencia inolvidable. Cuando cumplí 16 años, logré un hito importante: mi primer vuelo en solitario. A los 17, había obtenido con orgullo mi licencia de piloto privado, consolidando mi amor por todo lo relacionado con el vuelo y la aviación.

Sin embargo, al acabar la carrera, me desvié un poco de la aviación para explorar otra pasión: viajar. Una aventura de tres meses por Europa me llevó a una larga estancia en Francia, donde pasé varios años inmerso en el sector de la hostelería. Trabajé en hoteles y bares de París y Cannes, empapándome de la cultura, el idioma y las lecciones de vida que suponía vivir en el extranjero.

Con el tiempo, regresé a Australia, impulsado por mi amor a volar y mi deseo de obtener mi licencia de piloto comercial. Me trasladé a Broome para adquirir experiencia y acumular horas de vuelo en una de las zonas más bellas y remotas de Australia. Pero la aviación, como muchas otras industrias, no está exenta de retos.

Durante una recesión del sector, volví a trabajar en la gestión hotelera en Minor Hotel Group. Empecé como supervisor de alimentos y bebidas y fui ascendiendo hasta llegar a director ejecutivo del hotel, donde supervisaba sus dos propiedades de Oaks en Broome.



Ash Munn.
Presidente de Skål International Australia

Mis contactos a través de Skål International Broome me brindaron una oportunidad increíble. Junto con mi compañero Jensen, también piloto, nos contactaron los propietarios de la compañía en aquel momento, que eran Miembros de Skål International. Vieron potencial en nosotros para hacernos cargo de la compañía y fue una oportunidad que no pudimos rechazar.

Siete años después, ser propietario y operador de Air Kimberley ha sido la culminación de un sueño de toda la vida. Es un viaje en el que he combinado mi amor por la aviación y los viajes, mi experiencia en hostelería y gestión hotelera y mi convicción de que los viajes y el turismo crean vínculos significativos.

¿CUÁLES SON ALGUNOS DE LOS MAYORES RETOS A LOS QUE TE HAS ENFRENTADO EN EL SECTOR DE LA AVIACIÓN Y CÓMO LOS HA SUPERADO?

El sector de la aviación, en particular la 'aviación general' - vuelos no regulares que no son operados por aerolíneas comerciales o militares-, se enfrenta a importantes retos que requieren soluciones estratégicas para garantizar la sostenibilidad y el crecimiento. El aumento de los costes operativos, como el combustible, los seguros y el mantenimiento, ejerce una inmensa presión sobre los operadores. La volatilidad de los precios del combustible, el aumento de las primas de seguros debido a los riesgos de responsabilidad civil y la escasez de ingenieros cualificados contribuyen a aumentar los gastos, lo que dificulta el mantenimiento de unas operaciones óptimas.



Mantener el ritmo de los avances tecnológicos es otro obstáculo. Los elevados costes y la complejidad de la modernización de la aviónica y los sistemas de seguridad hacen que, a menudo, los operadores se esfuercen por avanzar en sus capacidades tecnológicas. Además, las estrictas y complejas normativas suponen barreras que ahogan la innovación y limitan las oportunidades de crecimiento de las empresas de aviación.

En Air Kimberley, afrontamos estos retos centrándonos en la innovación, la adaptabilidad y la planificación estratégica. En la medida de lo posible, damos prioridad a las inversiones en avances tecnológicos, incluida la aviónica moderna y los sistemas de seguridad en vuelo, para mejorar la fiabilidad, la seguridad y la eficiencia. La flexibilidad está en el centro de nuestras operaciones, lo que nos permite adaptarnos a los cambios del sector y aprovechar las nuevas oportunidades a medida que surgen.

La gestión de costes es otro aspecto clave. Mediante la compra estratégica de combustible, el mantenimiento preventivo y la búsqueda de soluciones rentables en materia de seguros, gestionamos los gastos al tiempo que mantenemos los más altos niveles de seguridad y calidad de servicio.

También colaboramos activamente con organismos del sector y reguladores, abogando por políticas equilibradas y prácticas que apoyen el crecimiento y la innovación. En Air Kimberley, vemos estos retos como oportunidades para reforzar nuestras operaciones, adoptar soluciones con visión de futuro y seguir siendo resistentes en un sector en constante evolución.

¿CÓMO HA EVOLUCIONADO AIR KIMBERLEY BAJO TU DIRECCIÓN Y QUÉ PLANES TIENES PARA LA EMPRESA?

Desde que tomamos el timón de Air Kimberley, nuestra visión ha sido construir

sobre el rico legado de la compañía, mientras que nuestra misión ha sido evolucionar hasta convertirnos en una empresa de aviación líder en el noroeste de Australia. En los últimos siete años, hemos logrado exactamente eso, transformando Air Kimberley en un operador de vuelos chárter y panorámicos reputado y de confianza.

La excelencia operativa ha sido uno de los puntos clave del crecimiento de Air Kimberley. Gracias a una gestión estratégica de los costes, hemos garantizado la sostenibilidad de nuestras operaciones, al tiempo que mantenemos nuestro compromiso con la seguridad y la calidad.

También hemos ampliado nuestra oferta de servicios para satisfacer las diversas necesidades de nuestros clientes. Desde vuelos chárter que prestan servicios esenciales y abastecen a poblaciones remotas, hasta experiencias turísticas únicas en el mundo que ponen de relieve los increíbles paisajes del remoto noroeste de Australia. Cada vuelo que realizamos no es sólo un vuelo por los cielos, es una oportunidad de crear recuerdos inolvidables para nuestros huéspedes y mostrar el extraordinario lugar que llamamos hogar.

En el centro de nuestro crecimiento se encuentra un fuerte énfasis en las personas, nuestro equipo y nuestros clientes. Hemos fomentado una cultura de trabajo basada en las relaciones, la colaboración, la profesionalidad y la pasión, garantizando que nuestro personal se sienta capacitado para ofrecer un servicio excepcional. En cuanto a nuestros clientes, hemos trabajado sin descanso para ofrecerles experiencias inolvidables, confianza y fiabilidad.

De cara al futuro, nos comprometemos a construir sobre estos cimientos y a seguir ampliando nuestras operaciones como empresa de aviación líder en el noroeste de Australia.

PRESIDENTE DE SKÅL INTERNATIONAL AUSTRALIA

COMO PRESIDENTE RECIÉN ELEGIDO DE SKÅL INTERNATIONAL AUSTRALIA, ¿CUÁLES SON TUS PRINCIPALES OBJETIVOS PARA LA ORGANIZACIÓN?

Como recién elegido Presidente de Skål International Australia, mis principales objetivos para la organización giran en torno a impulsar el crecimiento de la membresía, mejorar la relevancia de nuestra industria y ofrecer un mayor valor a nuestros miembros.

Nuestras iniciativas se centrarán en el desarrollo de la afiliación, la creación de asociaciones para ampliar los beneficios de los miembros, garantizar un fuerte retorno de la inversión de los miembros, apoyar a los jóvenes profesionales de la industria y mejorar aún más nuestros canales de comunicación a través de boletines y redes sociales. Además, hemos creado un Subcomité Australiano de Sostenibilidad para promover prácticas responsables y sostenibles en el sector de los viajes y el turismo.

¿CÓMO CREES QUE SKÅL INTERNATIONAL AUSTRALIA INFLUIRÁ EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN LOS PRÓXIMOS AÑOS?

Skål International Australia puede desempeñar un papel muy importante en la configuración del futuro de la industria de los viajes y el turismo si continúa promoviendo sus valores fundamentales de trabajo en red, colaboración y creación de oportunidades comerciales significativas para sus miembros. Estos mismos principios, junto con los cimientos de amistad y respeto mutuo entre los profesionales del turismo, siguen siendo tan vitales hoy como siempre.

Skål International Australia proporciona una

plataforma dinámica para que los socios compartan conocimientos, intercambien ideas y establezcan valiosas alianzas que impulsen el éxito empresarial. A través de nuestros eventos nacionales y las reuniones de los clubs locales, fomentamos conexiones genuinas que conducen a la colaboración, la innovación y el crecimiento.

Para ello es fundamental apoyar a los jóvenes profesionales del sector, ayudándoles a desarrollar sus capacidades, ampliar sus redes de contactos y encontrar oportunidades en el sector. Al formar a la próxima generación de líderes del turismo, garantizamos un futuro vibrante y sostenible para el sector.

Manteniéndose fiel a estos valores y comprometiéndose con el desarrollo de los jóvenes profesionales, Skål International Australia reforzará su membresía y desempeñará un papel de liderazgo en la creación de una industria de los viajes y el turismo más resistente, conectada y con visión de futuro.

¿PUEDES COMPARTIR ALGÚN LOGRO SIGNIFICATIVO O INICIATIVA DE LA QUE TE SIENTAS ESPECIALMENTE ORGULLOSO EN EL MARCO DE TU PERTENENCIA A SKÅL INTERNATIONAL?

Durante los últimos 11 años como miembro de Skål International, he abrazado con pasión los valores de la organización, lo que me ha brindado numerosas oportunidades de crecimiento personal y profesional. Ser representante de Australia en el Consejo Internacional Skål y ser elegido Presidente Nacional son logros que tengo en gran estima.

Además, ser galardonado como Skålega australiano del Año en 2022 y recibir el premio Skål International Rising Skål Leader en 2023 han sido reconocimientos especialmente significativos de mi dedicación y compromiso con el movimiento Skål International.

Annette Cardenas, Presidenta de Skål International 2024, y Ash Munn, Presidente de Skål International Australia.

EXPERIENCIAS PERSONALES Y DEFENSA DE LOS DERECHOS LGBTQIA+

¿CÓMO HA INFLUIDO EL HECHO DE SER ABIERTAMENTE GAY EN TU TRAYECTORIA PROFESIONAL EN GENERAL Y, EN SU CASO, EN LOS SECTORES DE LA AVIACIÓN Y EL TURISMO?

Ser abiertamente gay ha enriquecido mi trayectoria profesional, especialmente en los sectores de la aviación y el turismo. Me ha dado un profundo aprecio por **la importancia de la diversidad y la inclusión**, y me apasiona crear una **cultura en el lugar de trabajo en la que todos se sientan seguros, valorados y respetados**, ya sea nuestro equipo o nuestros clientes.

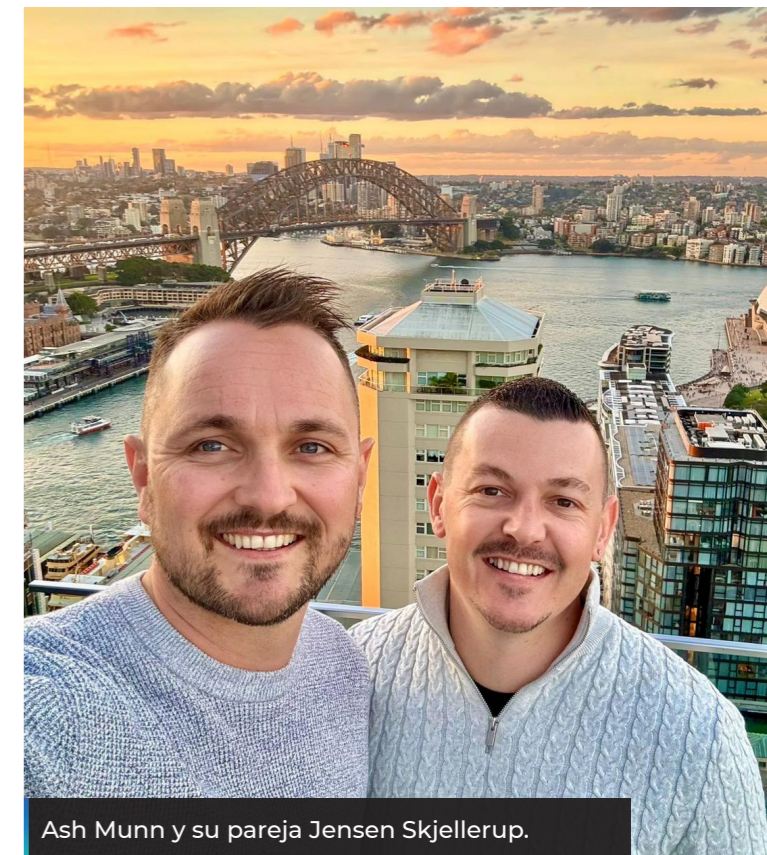
Para mí, abrazar mi identidad me ha permitido liderar con autenticidad, que creo que es una de las claves para construir relaciones genuinas y de confianza. Es esta franqueza la que ha dado forma a mi estilo de liderazgo -afable, tolerante y colaborador- y es algo de lo que estoy increíblemente orgulloso.

En Air Kimberley nos comprometemos a **apoyar y fomentar la integración de las personas LGBTQIA+**. Somos orgullosos miembros de GALTA (Gay and Lesbian Tourism Australia), y apoyamos activamente los viajes LGBTQIA+. También somos uno de los principales patrocinadores del Broome Pride de cada año, lo que demuestra nuestro compromiso con la creación, aceptación y celebración de un entorno acogedor y solidario para todos.

¿TE HAS ENFRENTADO A ALGÚN RETO ESPECÍFICO O DISCRIMINACIÓN POR TU ORIENTACIÓN SEXUAL, Y CÓMO LO HAS AFRONTADO?

He tenido la increíble suerte de crecer y desarrollarme en entornos que siempre me han apoyado, tanto en el seno de mi familia como a lo largo de mi carrera profesional. Desde el principio, me he rodeado de personas que valoran el trabajo duro y los resultados, y siempre he creído que mis logros son un reflejo directo del esfuerzo que he dedicado y de los objetivos que he alcanzado.

Puedo decir sinceramente que mi sexualidad no me ha supuesto ningún reto ni discriminación a lo largo de mi vida personal y profesional. Sé que no es el caso de todo el mundo, y me siento profundamente



Ash Munn y su pareja Jensen Skjellerup.

agradecido por haber formado parte de lugares de trabajo y comunidades donde se celebran la autenticidad y la individualidad.

Esta experiencia ha conformado mi enfoque del liderazgo y la forma en que dirijo mi empresa hoy en día. Para mí es importante crear el mismo tipo de entorno de apoyo para los demás, en el que todos se sientan respetados y tengan libertad para ser ellos mismos. Creo que cuando las personas se sienten valoradas por lo que son, pueden prosperar de verdad.

¿QUÉ CONSEJO DARÍAS A LOS JÓVENES PROFESIONALES LGBTQIA+ QUE ASPIRAN A ENTRAR EN LOS SECTORES DE LA AVIACIÓN Y EL TURISMO?

Mi consejo a los jóvenes profesionales LGBTQIA+ es sencillo: **sé tú mismo**. La autenticidad es tu mayor fortaleza, y abrazarla te ayudará a prosperar. Rodéate de gente que te valore y te apoye, y trata siempre a los demás con amabilidad y respeto: las conexiones lo son todo en estos sectores.

La aviación y el turismo prosperan gracias a la diversidad, y tu voz, ideas y experiencias tienen el poder de tener un impacto significativo. Siéntete orgulloso de quién eres y del valor que aportas y no dudes nunca en soñar a lo grande. Ambos sectores están llenos de oportunidades y todos tienen un lugar donde brillar.

#EmpoweringDisabilities

SUNFLOWER LANYARD

MÁS APOYO PARA LOS VIAJEROS CON DISCAPACIDADES INVISIBLES

CUANDO PENSAMOS EN PERSONAS CON DISCAPACIDAD, MUCHOS NOS IMAGINAMOS UNA IMAGEN DETERMINADA: PERSONAS EN SILLA DE RUEDAS, PERSONAS QUE UTILIZAN ANDADORES O DISCAPACITADOS VISUALES CON UN BASTÓN BLANCO. PERO, ¿QUÉ OCURRE CON LAS PERSONAS CUYAS DISCAPACIDADES NO SON INMEDIATAMENTE VISIBLES?

Muchas personas padecen enfermedades crónicas, trastornos del habla, autismo, dislexia, problemas de salud mental, enfermedad de Parkinson, trastornos de ansiedad o deficiencias auditivas y visuales, discapacidades que a menudo son invisibles y que la sociedad suele pasar por alto o malinterpretar.

DISCAPACIDADES INVISIBLES: UN GRAN RETO EN LA VIDA COTIDIANA

Estas discapacidades «invisibles» a menudo no se reconocen como tales, lo que puede aumentar la carga a la que se enfrentan los afectados. Además de lidiar con limitaciones físicas o emocionales, las personas con discapacidades invisibles a menudo se sienten incomprendidas o ninguneadas por la sociedad. Afecciones como el dolor, la depresión, la ansiedad o las enfermedades internas crónicas son sólo algunos ejemplos, y nadie puede saber de inmediato cuánto sufre alguien por estos problemas.

Esto resulta especialmente difícil en entornos estresantes y abarrotados, como los aeropuertos, donde es necesario moverse con rapidez y realizar los trámites sin problemas. A las personas con discapacidades invisibles puede resultarles especialmente difícil moverse por esos espacios, ya que a menudo necesitan más tiempo y apoyo para sentirse cómodas y emprender el viaje.

SUNFLOWER LANYARD: UNA HERRAMIENTA SENCILLA PERO EFICAZ

El Sunflower Lanyard se creó precisamente para ayudar a estas personas. Se trata de un cordón verde con un símbolo de

un girasol que indica discretamente que la persona que lo lleva puede necesitar apoyo adicional. Llevar el cordón permite al personal del aeropuerto y a otras personas saber que la persona puede necesitar más tiempo, paciencia o ayuda personal sin necesidad de explicar en detalle su estado.

El concepto se introdujo por primera vez en el aeropuerto londinense de Gatwick en 2016, y desde entonces se ha adoptado en todo el mundo. Hoy en día, el lanyard está disponible en más de 200 aeropuertos de todo el mundo y se ha convertido en una herramienta aceptada para los viajeros con discapacidades invisibles.

EL SUNFLOWER LANYARD EN EL AEROPUERTO DE BERLÍN BRANDEBURGO (BER)

El Aeropuerto de Berlín Brandeburgo (BER) fue el primer aeropuerto alemán en introducir el Sunflower Lanyard en febrero de 2023. El cordón es gratuito y puede recogerse sin acreditación de discapacidad en los mostradores de información de las terminales 1 y 2, así como en el Servicio de Movilidad. El uso del cordón es voluntario y no conlleva ningún beneficio legal o económico. En cambio, sirve para concienciar al personal del aeropuerto y a los compañeros de viaje sobre la posible necesidad de apoyo.



El Sunflower Lanyard está disponible en más de 200 aeropuertos de todo el mundo y se ha convertido en una herramienta aceptada para los viajeros con discapacidades invisibles

Desde su introducción en BER, la demanda de lanyards no ha dejado de aumentar. Si bien al principio se distribuían unos 5 cordones diarios, el número ha aumentado a 10-15 al día. Hasta la fecha, unas 10.000 personas han utilizado la cinta en BER.

Otros aeropuertos alemanes, como Hamburgo y Düsseldorf, también introdujeron el lanyard en 2024, y se espera que más aeropuertos sigan su ejemplo.

UNA RED INTERNACIONAL DE APOYO

El Sunflower Lanyard no solo está disponible en los aeropuertos, sino también en otras zonas para ayudar a las personas a iniciar sus viajes con menos estrés.

En Berlín-Brandeburgo, los miembros de la Sozialverband Deutschland (SoVD) pueden recoger el cordón en la oficina regional. Además, la asociación FASD Deutschland e.V. ofrece el cordón a personas con trastornos del espectro alcohólico fetal (TEAF).

Esto amplía el alcance del Sunflower Lanyard, convirtiéndolo en una herramienta versátil que beneficia a las personas en diversos contextos más allá de los aeropuertos.

CONCLUSIÓN: SENSIBILIZAR SOBRE DISCAPACIDADES INVISIBLES

El Sunflower Lanyard es un paso importante para proporcionar más apoyo y sensibilizar a las personas con discapacidades invisibles. Permite a quienes lo llevan comunicar sus necesidades discretamente y les permite viajar de forma más independiente y con menos estrés. La creciente aceptación y distribución de esta herramienta pone de relieve la importancia de aumentar la concienciación sobre las discapacidades invisibles y fomentar una sociedad más integradora en la que todos reciban el apoyo que necesitan sin tener que dar explicaciones.

Al hacer visibles a estas personas, contribuimos a construir una sociedad en la que primen la comprensión y la empatía, y en la que todos los viajeros puedan sentirse vistos y apoyados.

MÁS INFORMACIÓN >

■ Por Birgit Domröse.
Skål International Berlin.

Club Skål del Año 2024



LAS CLAVES DEL ÉXITO DEL SKÅL INTERNATIONAL CÔTE D'AZUR

Durante décadas, la Costa Azul se ha mantenido con orgullo como un destino turístico de primer orden, un éxito que se debe a la dedicación y experiencia de los profesionales que trabajan incansablemente para preservar su encanto.

Fundado en Niza en 1933, Skål International Côte d'Azur ha desempeñado un papel fundamental a la hora de dar forma y mantener este notable resplandor.

Bajo la presidencia de Nicolle Martin, 40ª Presidenta del Club, el número de miembros ha aumentado hasta 248, lo que le ha valido la distinción de ser el primer Club del mundo.

El Club también cuenta con 25 graduados Skål Joven de prestigiosas escuelas de turismo.



Nicolle Martin, Presidenta de Skål International Côte d'Azur, con el premio Club Skål del Año 2024.

Todos unidos por una misión común: **promocionar sus establecimientos a nivel nacional e internacional.**

La elección de Nicolle Martin marcó un punto de inflexión crucial para el Club, que amenazaba con cerrar sus puertas con sólo nueve miembros. Gracias a su amplia experiencia en turismo y a su impresionante red de contactos profesionales, fue capaz de atraer rápidamente a un centenar de nuevos miembros. Este éxito se basa en una historia de amistad y confianza, que ha permitido al Skål International ser descubierto por los profesionales.

La pandemia planteó importantes retos, pero el Club se adaptó con éxito organizando webinars, una iniciativa que dio lugar a más de 40 nuevas afiliaciones.

Hoy en día, Skål International Côte d'Azur está presente tres veces por semana en las redes sociales, destacando a sus miembros. El club se beneficia de un seguimiento constante no sólo de sus

miembros, sino también de los skaters internacionales.

La visibilidad de Skål International Côte d'Azur se ve reforzada por su web, que atrae a muchos visitantes cada día, y su boletín informativo, que tiene una tasa de apertura de más del 35% cada mes.

La Presidenta no se olvida de celebrar los cumpleaños de sus miembros, lo que añade un toque personal a esta dinámica comunidad.

El apoyo de la prensa nacional y local es una baza importante, con 14 periodistas que cubren los actos del club.

Skål International Côte d'Azur también se beneficia del apoyo del Consejo Departamental, Côte d'Azur France Tourisme, la Cámara de Comercio de Côte d'Azur, la Cámara de Comercio Italiana y el aeropuerto de Niza Côte d'Azur, sin olvidar a los numerosos miembros que deciden patrocinar el Club.

Cada mes, el Club organiza eventos en los establecimientos de sus

miembros, acompañados de sesiones de networking y reuniones de negocios. Estos eventos reúnen a un centenar de participantes, de los cuales el 70% son miembros y el 30% profesionales de los viajes y el turismo, que representan la futura generación del Club.

Estas reuniones también incluyen una ceremonia de presentación de nuevos miembros.

Desde 2018, el Club ha recibido varios premios prestigiosos de Skål International. En 2022, nuestra presidenta fue honrada con el título de Embajadora del Año, y en 2023, fue galardonada con la Orden del Mérito Skål.

El Club está especialmente orgulloso de haber sido elegido Club del Año en 2024, un prestigioso galardón que pone de relieve la importancia de nuestra red dentro de la comunidad Skål International, justo antes de que finalice el mandato de la Presidenta en 2025.

ANTONIO GARCÍA DEL VALLE RECONOCIMIENTO VITALICIO



La Presidenta Annette Cárdenas anunció durante la Asamblea General Anual que la Junta Directiva, durante su reunión de septiembre, había acordado homenajear al Presidente Honorario Antonio García del Valle con un significativo reconocimiento vitalicio por sus contribuciones y su compromiso con la gestión y el mantenimiento de una extensa colección de materiales y datos históricos, renombrando el actual Fondo de Desarrollo de la Membresía como **'Fondo de Desarrollo de Membresía Antonio García del Valle'**.

La revista Tourism Now se puso en contacto con el Presidente Honorario Antonio García del Valle para que nos contara cómo empezó todo.

Presidente Honorario Antonio García del Valle sosteniendo el certificado con el cambio de nombre del Fondo de Desarrollo de Membresía a 'Fondo de Desarrollo de Membresía Antonio García del Valle'.

Mi carrera en el turismo se vio profundamente marcada por Skål International. Las conexiones y amistades que cultivé me abrieron puertas que nunca imaginé. Empecé como hotelero gestionando propiedades como Los Álamos, Las Mercedes y Delfín, y más tarde me aventuré en el negocio del alquiler de coches con Autos Niza y Auto Spain. Finalmente, pasé a convertirme en agente de viajes con Viajes Málaga y Savitur.

Dentro de Skål International, he tenido el privilegio de desempeñar casi todos los cargos posibles: Tesorero, Vicepresidente y Presidente a nivel local con Skål International Málaga Costa del Sol; Tesorero, Vicepresidente y Presidente a nivel nacional con Skål International España. A nivel internacional, he desempeñado los cargos de Consejero Internacional Skål por España, Vicepresidente y Presidente del Consejo Internacional Skål, Auditor Internacional, Director de Congresos, Vicepresidente y Presidente Internacional, culminando con el honor de convertirme en Presidente Honorario de Skål International.

También he contribuido a acontecimientos importantes como ser Tesorero del Comité Organizador del Congreso Skål International de Málaga (1968), Coordinador del Congreso Mundial Skål International de Málaga (1975) y supervisar el traslado de la Secretaría General de Bruselas a Málaga (1984). Otros momentos de orgullo incluyen ser el Pregonero del «Día Internacional del Turismo» en Barcelona (1994), ser el autor de la Historia de Skål International publicada en París (2009) y recibir el Diploma de la Orden del Mérito de Skål International (2012). Entre otros muchos premios, la cima de mi reconocimiento fue la Medalla de Plata al Mérito Turístico en España.

Durante varios años, dirigí el Boletín Skål, lo que despertó mi profundo interés por la historia de la organización.

Durante la Segunda Guerra Mundial, se perdieron muchos archivos de Skål International por considerarlos peligrosos. Sólo sobrevivieron los archivos de la Secretaría General de Bruselas, trasladados posteriormente a Londres, aunque también fueron parcialmente destruidos por los bombardeos. Lo que quedó, incluido

el material de George A. Wilczek de Skål International Lucerne, adquirió un valor incalculable. Su carta a Eugene J. Fert en 1951 refleja la esencia de estos esfuerzos:

“Estos archivos, aunque incompletos, son un testimonio silencioso del pasado y reflejan el importante papel que Skål ha desempeñado en el fomento de las relaciones humanas dentro de la industria del turismo, tanto ahora como en el futuro. Larga vida a Skål!”

Esta inspiración alimentó mis esfuerzos. **Empecé copiando y analizando los archivos conservados** y solicitando información y apoyo a escala internacional.

Los antiguos Presidentes de la A.I.S.C. (como era llamada inicialmente a Skål International: A.I.S.C., Association Internationale des Skål Clubs) contribuyeron generosamente, junto con boletines y documentos anteriores, permitiéndome construir un archivo histórico exhaustivo.

Estos materiales, meticulosamente conservados durante décadas, representan la esencia de la evolución de Skål International.

Ahora espero que alguien continúe este legado, aprovechando las herramientas digitales para conservar información valiosa, recopilar fotografías (con fechas, clubs, lugares y nombres) y mantener la vibrante historia de nuestra organización.

Como muy bien dijo George Wilczek,

“¡Larga vida a Skål!”



Miembros de Skål International durante la primera reunión de la asociación.

HISTORIA DE SKÅL INTERNATIONAL POR ANTONIO GARCÍA DEL VALLE, PRESIDENTE HONORARIO DE SKÅL INTERNATIONAL

Cuando me preguntan por qué empecé a recopilar datos del Skål International -una pasión que sigo persiguiendo hoy en día-, la respuesta está en mi trayectoria con la organización, que comenzó en 1961. En aquella época, Skål International era el corazón de la industria turística y reunía a los líderes más influyentes de las líneas aéreas, las agencias de viajes, los hoteles y otros sectores clave.

GANADORES DE LOS PREMIOS SKÅL INTERNATIONAL SUSTAINABLE TOURISM



Estamos encantados de presentar a los **ganadores de los Premios Skål International Sustainable Tourism** y del **Premio Especial Skål International Biosfere**.

Es realmente inspirador ser testigo del compromiso de las empresas y organizaciones que se esfuerzan por crear un impacto positivo en la industria del turismo y en nuestro planeta a través de prácticas sostenibles. Nuestros ganadores comparten sus esfuerzos y contribuciones hacia la sostenibilidad.

Enhorabuena a todos los ganadores y gracias por su pasión, dedicación e inestimable contribución al avance de la sostenibilidad en nuestro sector.

GANADOR CATEGORÍA 'TURISMO ACCESIBLE'

REDE DOS SONHOS
BRASIL

WEB >



Turismo sostenible en la Rede dos Sonhos: Un compromiso con las personas y la naturaleza. En la Rede dos Sonhos Hotéis Fazenda, la sostenibilidad está en el centro de todo lo que hacemos. Nuestro compromiso abarca la preservación del medio ambiente, la inclusión social y el desarrollo comunitario.

Nuestros hoteles son pioneros en ecoturismo accesible, ofreciendo actividades de aventura inclusivas como tirolina, rafting y equitación, todas ellas adaptadas para personas con discapacidad. Invertimos en energía renovable, conservación del agua y programas de gestión de residuos, reduciendo nuestra huella ecológica y mejorando al mismo tiempo la experiencia de los huéspedes.

Más allá de las infraestructuras, nos comprometemos a fondo con nuestra comunidad.

Al abastecernos de ingredientes de agricultores locales, apoyar a los artesanos de la región y promover iniciativas culturales, fomentamos el crecimiento económico sostenible. Además, impartimos educación medioambiental a los huéspedes para concienciarlos sobre la conservación de nuestro planeta.

Ganar el Premio Skål International Sustainable Tourism 2024 refuerza nuestra misión de inspirar a otros a adoptar la sostenibilidad como un valor fundamental. Estamos orgullosos de demostrar que el turismo puede ser una fuerza para el bien, transformando vidas y protegiendo la naturaleza para las generaciones futuras.

A través de nuestras iniciativas en curso, nos esforzamos por crear momentos inolvidables al tiempo que dejamos un legado positivo. Juntos, podemos hacer que el turismo sostenible sea la norma, no la excepción.

GANADOR CATEGORÍA 'ALOJAMIENTO'

JETWING HOTELS
SRI LANKA

WEB >



Jetwing Kaduruketha es el hogar del lujo agroecológico de Jetwing Hotels, situado en las estribaciones de Wellawaya, un pintoresco pueblo de la región sudoriental de Sri Lanka. Diseñada como una aldea agrícola con 25 viviendas, la propiedad de 60 acres cuenta con una gran extensión de campos cultivados, bosques y jardines, proporcionando a los huéspedes un refugio privado para relajarse.

Cada vivienda, inspirada en las antiguas casas de los antiguos caciques de las aldeas, aprovecha al máximo la luz natural y la ventilación mediante paredes de bambú, hojas perforadas en las puertas, tejados a dos aguas y aleros tradicionales, eliminando la necesidad de refrigeración artificial. Para reducir aún más la dependencia de los combustibles fósiles, se está desarrollando

un sistema solar fotovoltaico. Una planta de embotellado de agua de vidrio minimiza el uso de plástico de un solo uso, y un digestor de biogás procesa los residuos alimentarios para alimentar la cocina del personal, mientras que todas las aguas residuales se tratan in situ antes de su vertido.

Jetwing Kaduruketha fomenta el crecimiento económico local dando prioridad al abastecimiento local y comprometiéndose con la comunidad mediante la contratación y otras iniciativas. Jetwing Kaduruketha cuenta con casi 50 acres de arrozales tradicionales y colabora estrechamente con familias de agricultores locales para cultivar variedades de arroz autóctonas, empleando conocimientos agrícolas tradicionales y prácticas agrícolas regenerativas.

GANADOR CATEGORÍA 'PROYECTOS COMUNITARIOS Y GUBERNAMENTALES'

TARKEM TARIHI KEMERALTİ İNŞAAT YAT. TIC. A.Ş
TURQUÍA

WEB >



TARKEM (Historical Kemeraltı Construction Investment Trade Inc.) tiene previsto crear un nuevo modelo empresarial en Izmir preservando los valores históricos y creando al mismo tiempo un nuevo modelo empresarial. Se trata de uno de los ejemplos más importantes de modelo de asociación entre el sector público y el privado en Turquía. El objetivo principal es la renovación de la zona del Kemeraltı y del centro histórico de la ciudad.

TARKEM ha implementado una visión con este fin y lleva a cabo inversiones y actividades medioambientales de esta visión: 'Elevación de los valores culturales e históricos de nuestra ciudad, con un enfoque de gestión participativa'. Guiados por la visión de armonizar la renovación urbana con la sostenibilidad, los esfuerzos de TARKEM se centran en el impacto medioambiental, social y económico. Nuestras iniciativas hacen hincapié en la restauración de edificios históricos con métodos ecológicos, incorporando diseños y materiales energéticamente eficientes. Al combinar las infraestructuras modernas con la estética tradicional, garantizamos la preservación

de la integridad cultural de la zona al tiempo que satisfacemos las necesidades contemporáneas.

TARKEM involucra activamente a todas las partes interesadas locales, fomentando un enfoque participativo en los procesos de toma de decisiones. Mediante la colaboración con universidades, gobiernos y ONG, fomentamos las oportunidades económicas y la autonomía de la comunidad. Nuestro trabajo apoya la designación de la región como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, lo que refleja su importancia histórica y cultural.

Un componente central de nuestra estrategia consiste en promover el turismo sostenible. Creamos experiencias ecológicas para los visitantes que ponen de relieve el rico patrimonio de Kemeraltı al tiempo que minimizan el impacto ambiental. Los programas educativos y las campañas de concienciación mejoran aún más la comprensión de las prácticas sostenibles entre turistas y lugareños. A través de estos esfuerzos integrados, TARKEM ejemplifica cómo pueden coexistir la conservación cultural y el desarrollo sostenible, creando un futuro vibrante y resistente para el corazón histórico de Izmir.

GANADOR CATEGORÍA 'PROGRAMAS EDUCATIVOS Y SOCIALES'

LETS GO TRAVEL UNIGLOBE
KENIA

WEB >



En Lets Go Travel Uniglobe, lideramos el turismo responsable integrando la sostenibilidad en nuestras operaciones diarias. Guiados por nuestros cuatro pilares de sostenibilidad: medios de vida, conservación, educación y turismo comunitario, y alineados con nuestra misión «Comprometidos con los viajes y el turismo sostenibles», contribuimos activamente a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Reducimos al mínimo los residuos de oficina, eliminamos los plásticos de un solo uso en los safaris y promovemos la concienciación del personal a través de las reuniones mensuales de los 'Martes Sostenibles'. A través de nuestro programa 'Young Change Makers', orientamos a los futuros embajadores de la sostenibilidad en el turismo. Nuestro programa 'Adopta un Árbol' implica a los estudiantes en la plantación

y cuidado de árboles como parte de nuestras iniciativas de compensación de carbono, mientras que los clientes corporativos se benefician de informes de carbono para gestionar las emisiones de sus viajes.

Apoyamos a grupos vulnerables con distribuciones bimensuales de alimentos en la comunidad, abordamos la pobreza periódica proporcionando productos sanitarios y charlas sobre salud en las escuelas, y fomentamos las conexiones entre generaciones. Nuestro marketing refleja estos valores, garantizando que clientes y socios entiendan nuestra dedicación a la sostenibilidad. Estas iniciativas apoyan los ODS 1 (No a la pobreza), 3 (Buena salud), 4 (Educación de calidad), 5 (Igualdad de género), 8 (Trabajo decente), 10 (Reducción de las desigualdades), 13 (Acción por el clima) y 17 (Asociaciones).

GANADOR CATEGORÍA 'BIODIVERSIDAD MARINA Y TERRESTRE'

SOUTH AFRICAN ANIMAL SANCTUARY ALLIANCE
SUDÁFRICA

WEB >



Garantizar el futuro de la fauna: La audaz visión conservacionista de Monkeyland.

Monkeyland, parte de la South African Animal Sanctuary Alliance (SAASA), está reescribiendo las reglas de la conservación de la vida salvaje con una iniciativa innovadora: 'Compra un metro cuadrado de bosque para los monos'. Esta campaña (www.monkeyland.tv) empodera a los animales salvajes concediéndoles la propiedad de la tierra que habitan, una primicia mundial en materia de conservación.

Situado en la Ruta Jardín de Sudáfrica, rica en biodiversidad, el bosque de 22 hectáreas de Monkeyland alberga diversas especies, desde primates y aves hasta ranas e insectos. A través de esta iniciativa, particulares de todo el mundo pueden comprar metros cuadrados simbólicos de bosque, asegurando la tierra para los animales

que dependen de ella. Al garantizar que los primates y sus ecosistemas tengan la titularidad de su hábitat, este modelo aborda retos a largo plazo como la deforestación y la urbanización.

Ganar el Premio Skål International Sustainable Tourism 2024 a la Biodiversidad Terrestre y Marina subraya la relevancia mundial de este enfoque pionero. Demuestra que el turismo sostenible puede salvaguardar la biodiversidad al tiempo que inspira soluciones innovadoras para la coexistencia entre el hombre y la vida salvaje.

En Monkeyland, creemos que la conservación debe ir más allá de la buena voluntad para crear soluciones permanentes. Nuestra visión no es sólo proteger los hábitats, sino dotar a la vida salvaje de autonomía para prosperar. Juntos, estamos construyendo un legado en el que la naturaleza y la humanidad coexisten en armonía.

GANADOR CATEGORÍA 'GRANDES ATRACCIONES TURÍSTICAS'

AQUILA PRIVATE GAME RESERVE
SUDÁFRICA

WEB >



Aquila Private Game Reserve and Spa (situado a las afueras de Ciudad del Cabo) se enorgullece de haber sido galardonado en 2024 con el prestigioso Premio Skål International Sustainable Tourism 2024 de Grandes Atracciones Turísticas. Esta es la segunda vez que Aquila gana el premio, tras su éxito en 2020, lo que reafirma su liderazgo en turismo responsable durante su 25º aniversario de funcionamiento.

Presentado en el Congreso de Skål International 2024, el premio reconoce el compromiso de Aquila con la conservación, la mejora de la comunidad y las prácticas innovadoras de sostenibilidad. Compitiendo con 56 candidaturas de 20 países, Aquila se convirtió en un referente de la excelencia en turismo sostenible.

Entre las iniciativas de Aquila figura su famoso programa «Saving Private Rhino», que ofrece soluciones integrales contra la caza furtiva en toda Sudáfrica. Además, el proyecto de regeneración del veld de la reserva ha plantado muchos árboles autóctonos, como el Spekboom, que absorbe carbono, reforzando la lucha contra el cambio

climático. Los avanzados sistemas de eco-sinergia -que abarcan energías renovables, acuaponía y gestión de residuos- demuestran la dedicación de Aquila a minimizar su huella medioambiental.

La mejora de la comunidad sigue siendo un elemento central de la ética de Aquila. Situada cerca de Touwsrivier, donde el desempleo supera el 90%, Aquila emplea a más de 750 residentes e invierte en proyectos comunitarios locales, educación y formación profesional. Iniciativas emblemáticas como la campaña «Comida por basura» proporcionan comida a los niños al tiempo que promueven el reciclaje.

Searl Derman, propietario de Aquila, expresó su gratitud: *“Este reconocimiento mundial refleja nuestro compromiso con la protección de la vida salvaje, la capacitación de las personas y el avance del turismo sostenible”*.

El hito conseguido por Aquila subraya su visión de inspirar prácticas turísticas globales que preserven la naturaleza al tiempo que elevan a la humanidad.

GANADOR CATEGORÍA 'TUOPERADORES Y AGENCIAS DE VIAJES'

TALES FROM AFRICA TRAVEL
SUDÁFRICA

WEB >



En Tales from Africa Travel, la sostenibilidad es más que un principio: está integrada en todo lo que hacemos. Ofrecemos experiencias africanas auténticas y vírgenes que benefician tanto al medio ambiente como a las comunidades locales. Reconocidas con las acreditaciones Travelife Partner y FTT, nuestras operaciones son transparentes, están verificadas y alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas.

Nuestras iniciativas abordan los principales ODS:

- No a la pobreza (ODS 1): Al crear puestos de trabajo y empoderar a las comunidades de varias aldeas locales, garantizamos que el turismo beneficie directamente a quienes más lo necesitan.
- Hambre cero (ODS 2): Los salarios justos para el personal y los proveedores apoyan a las familias, abordando la pobreza y el hambre.

- Educación de calidad (ODS 4): La formación del personal y de la comunidad en prácticas sostenibles les capacita para promover un turismo responsable.
- Igualdad de género (ODS 5): Con un 50% de mujeres en la propiedad y la gestión, defendemos la igualdad de oportunidades y apoyamos los viajes LGBTQI+ en destinos inclusivos.
- Acción por el clima (ODS 13): Minimizamos en la medida de lo posible y compensamos totalmente las emisiones de gases de efecto invernadero en todas nuestras operaciones y viajes, demostrando un firme compromiso con la lucha contra el cambio climático.
- Vida en tierra y bajo el agua (ODS 14 y 15): Mantenemos estrictas políticas de protección de la vida salvaje.

Al viajar con nosotros, dejas algo más que huellas: creas un cambio significativo y sostenible. Juntos, nutrimos África para las generaciones futuras.

GANADOR CATEGORÍA 'MOVILIDAD TURÍSTICA'

FINNLINES PLC
FINLANDIA

WEB >



Viajes sostenibles con Finnlines

Finnlines ofrece travesías en ferry sostenibles, seguras y eficientes por el Mar Báltico, conectando Finlandia, las Islas Åland, Suecia y Alemania. Como parte del Grupo Grimaldi, Finnlines encarna la innovación sostenible en los servicios de carga y pasajeros, contribuyendo a un transporte marítimo más ecológico en toda Europa. El transporte eficiente de mercancías permite un crecimiento sostenible de los viajes de pasajeros, ya que la huella de carbono por pasajero sigue siendo baja cuando se combina el transporte de mercancías con el de pasajeros.

Minimizar la huella

Para mejorar la eficiencia energética de su flota, Finnlines ha optimizado las operaciones portuarias y de los buques, ha adoptado

tecnologías avanzadas de eficiencia energética y ha invertido en nuevos buques. La flota está realizando la transición a la electricidad y otros combustibles alternativos. Los dos nuevos buques Superstar, que operan entre Finlandia y Suecia, están diseñados para la ruta única del archipiélago, con capacidad para 1.100 pasajeros, 200 coches y 300 camiones por viaje. En el proceso de diseño y construcción se dio prioridad a los aspectos medioambientales, incluidas las soluciones técnicas y la elección de los proveedores de mercancías. En el diseño se han utilizado tecnologías eficientes desde el punto de vista energético, como un sistema de lubricación por aire, suministro eléctrico en tierra y unidades de baterías. Finnlines cumple la norma ISO 14001 de gestión medioambiental, que garantiza un control ecológico sistemático y prácticas cotidianas sostenibles.

info@biospheresustainable.com



¿Nos conoces?

¿Quieres saber quiénes somos y qué hacemos?

Gestiona y certifica tu sostenibilidad...
www.biosphereturism.com

Vive experiencias sostenibles...
www.biospheresustainable.com

Turismo y sostenibilidad

¿La sostenibilidad ha dejado de ser una moda para convertirse en un valor en auge?

Ente la constatación de que la degradación de nuestro planeta, los efectos tangibles del cambio climático y los efectos negativos del turismo de masas, en los momentos en los que vivimos, dar respuesta a esta pregunta resulta, no solo oportuna, sino más que necesaria.

No solo podemos decir que, **ha dejado de ser una moda y un valor en auge**, para convertirse en todo un reto y una necesidad a la que hay que dar respuesta, en especial por parte de todos los actores implicados en esta industria tan importante y con tanto impacto social, económico y ambiental, como es la del turismo. Pero ¿hasta qué punto se ha convertido la sostenibilidad en un valor que puede considerarse consolidado y cuánto camino aún nos falta por recorrer?

Aunque no podemos hablar de un valor consolidado, sí que podemos afirmar que cada vez es mayor el número de turistas que son conscientes de las consecuencias de sus decisiones y, con ello, querer vivir experiencias solidarias y respetuosas con su entorno y que, de algún modo, contribuyan a beneficiar a las comunidades locales.

Diversos estudios muestran que más de un 70% de los viajeros afirma estar dispuesto a optar por alternativas más sostenibles, aun a costa de que esto le suponga un coste adicional. Sin embargo, esta predisposición no se traduce tampoco en una acción efectiva porque, de

algún modo, aún cuenta con poca información o ésta, si la hay sigue siendo insuficiente y poco accesible. Además, son poco los incentivos con los que cuenta para que la sostenibilidad suponga un incentivo en el momento de organizar su viaje.

Por otro lado, es cierto que, cada vez más, los hoteles, las compañías aéreas y los destinos han comenzado a incorporar el ejercicio de prácticas responsables. Estas prácticas sostenibles van, desde los modos de gestión de los recursos, hasta la ayuda directa a las comunidades en las que desarrollan su actividad. En este sentido, las certificaciones de sostenibilidad, tales como las que otorga Biosphere, tienen un peso fundamental en este proceso ya que, de algún modo, suponen una guía fiable, tanto para los operadores, como para los viajeros.

En cualquier caso, siguen existiendo obstáculos. Por ejemplo, lo que se conoce como 'ecoetiqueta', aunque es un instrumento válido, lo cierto es que también puede ser utilizado como una estrategia de comunicación vacía y carente de contenido real. Quizás, por este mismo motivo, en especial, las nuevas generaciones, son más críticas que nunca con este tipo 'calificaciones' y exigen saber de qué se trata. Su interés, básicamente, se centra en poder comprobar que aquellas acciones que las empresas u operadores turísticos realizan en aras a una mayor sostenibilidad

en verdad sean tangibles y puedan ser medibles, tales como el uso de energías renovables, la compra diaria y consciente de los productos autóctonos o la conservación de la biodiversidad.

Sea como fuere, aunque podemos afirmar que la sostenibilidad como tal es un valor en alza. Podemos afirmar que realmente la sostenibilidad es un valor en auge para el turista de hoy, pero no nos engañemos, aún queda mucho por hacer, mucho por avanzar para alcanzar un turismo más consciente y responsable.

Como nos recuerda Biosphere, entidad certificadora en materia de sostenibilidad, **"la sostenibilidad, no es un destino, sino un proceso continuo hacia un futuro mejor para todos"**. Y es así, porque, viajar de manera más sostenible, no solo beneficia a nuestro planeta, sino que genera experiencias mucho más enriquecedoras.

Lo cierto es que, esta nueva realidad es tal que, aquellos destinos y aquellas empresas que sean capaces de incorporar claramente la sostenibilidad en su oferta de manera genuina y con el respaldo de una certificación solvente, como la que ofrece Biosphere, no le van a faltar oportunidades. Ese es el reto y el camino que hay que seguir.

■ Por Biosphere.

Congreso Mundial Anual de Skål International 2024

CELEBRANDO LA AMISTAD GLOBAL Y EL TURISMO EN IZMIR, TURQUÍA

Del 16 al 21 de octubre de 2024, la pintoresca ciudad de Esmirna, Turquía, fue el escenario del 83º Congreso Mundial Anual de Skål International. Este evento reunió a más de 300 participantes de más de 40 países, creando un vibrante tapiz de culturas, camaradería y oportunidades en el turismo global.

Izmir, con su rica historia y patrimonio cultural, proporcionó un telón de fondo ideal para el congreso. Conocida por su pintoresco paseo marítimo, monumentos históricos y cálida hospitalidad, la ciudad dejó una marca indeleble en todos los asistentes. El congreso fue una perfecta combinación de networking profesional e inmersión cultural, permitiendo a los miembros forjar nuevas conexiones y fortalecer las existentes.

El congreso comenzó el 16 de octubre con una animada Fiesta de Bienvenida en la Fábrica de Gas de Carbón Histórica de Izmir. Este lugar, un testimonio del patrimonio industrial transformado en un espacio cultural moderno, dio la bienvenida a los asistentes con los brazos abiertos.

[GALERÍA DE FOTOS FIESTA DE BIENVENIDA](#)



El 17 de octubre, la **Ceremonia de Apertura** tuvo lugar en el Centro de Arte Ahmet Adnan Saygun, un destacado hito cultural en Izmir. La ceremonia contó con un colorido Desfile de Banderas, mostrando las naciones representadas en el congreso.

La presidenta Annette Cárdenas pronunció un discurso destacando los valores fundamentales de Skål International, enfatizando la amistad, la unidad, el compromiso y la participación.



Un punto culminante de la ceremonia fueron los Skål International Sustainable Tourism Awards 2024, anunciando los ganadores y celebrando sus destacadas contribuciones realizadas al turismo sostenible en varias categorías:

- Turismo Accesible: Rede dos Sonhos, Brasil
- Alojamiento: Jetwing Hotels Limited, Sri Lanka
- Proyectos Comunitarios y Gubernamentales: TARKEM Tarihi Kemeraltı İnşaat Yat. Tic. A.Ş Türkiye.
- Programas Educativos y Sociales: Let's Go Travel Uniglobe, Kenya.
- Biodiversidad Marina y Terrestre: South African Animal Sanctuary Alliance, Sudáfrica
- Grandes Atracciones Turísticas: Aquila Private Game Reserve, Sudáfrica.
- Turoperadores y Agencias

de Viajes: Tales from Africa Travel, Sudáfrica

- Movilidad Turística: Finnlines PLC, Finlandia.

[MÁS INFORMACIÓN SOBRE LOS PREMIOS SKÅL INTERNATIONAL SUSTAINABLE TOURISM AWARDS 2024](#)

Otros premios que también se concedieron en esta ceremonia fueron: Presidential Awards, Membership Development Campaign Awards y Skål International Club of the Year Award.

[GALERÍA DE FOTOS CEREMONIA DE APERTURA](#)

Del 18 al 20 de octubre, el Congreso Mundial Anual de Skål International en Izmir ofreció una serie de atractivas actividades. El 18 de octubre, Skål International celebró su Asamblea General Anual, en la que se presentaron los logros del año y se anunciaron los resultados de las elecciones. El día 19, las sesiones de negocios y networking profundizaron en las últimas tendencias y desafíos de la industria del turismo. El día 20 se dedicó a excursiones culturales, en las que los asistentes exploraron lugares emblemáticos como Éfeso y el Bazar Kemeraltı, y culminó con la Cena de Gala de la Presidenta, un gran evento en el que se celebraron los logros del año.

El congreso concluyó el día 21, marcando el final de una cita memorable y productiva.

El congreso en Izmir no fue solo una reunión, sino una celebración del turismo global y las amistades duraderas dentro de la comunidad de Skål International y testimonio del compromiso de la organización con el fomento de la comprensión y la cooperación internacional en la industria turística.

[MÁS INFORMACIÓN SOBRE EL CONGRESO MUNDIAL DE SKÅL INTERNATIONAL 2024](#)

ENTREVISTA CON KAMEL BADAWI



DIRECTOR DE GESTIÓN E INTELIGENCIA DE NEGOCIO. ASPIRE ZONE.

¿PODRÍAS DARNOS UNA BREVE INTRODUCCIÓN SOBRE EL ÁREA DE NEGOCIOS DE ASPIRE ZONE? ¿QUÉ ESTÁIS HACIENDO?

Aspire Zone cuenta con algunas de las mejores instalaciones de entrenamiento deportivo del mundo, ofreciendo un destino único para el deporte, la medicina deportiva, la investigación y la educación para la industria deportiva internacional. Con una mejora de rendimiento comprobada, Aspire Zone puede satisfacer las demandas deportivas más altas, incluyendo la organización de grandes eventos deportivos, campamentos de entrenamiento y precompetición, conferencias e investigaciones, así como el diagnóstico, tratamiento y rehabilitación de lesiones. Con alojamiento conveniente en el lugar, incluyendo hotel y spa, **Aspire Zone ofrece la instalación de entrenamiento deportivo más integrada del mundo.**

¿CÓMO SE ALINEA LA PARTICIPACIÓN DE ASPIRE ZONE QATAR COMO PATROCINADOR PRINCIPAL CON SU VISIÓN MÁS AMPLIA PARA EL DESARROLLO GLOBAL DEL TURISMO Y EL DEPORTE?

Este prestigioso evento sirve como una plataforma ideal para mostrar nuestras instalaciones de vanguardia y reforzar la reputación de Aspire Zone como un destino deportivo líder. Al ser un socio, Aspire Zone puede destacar efectivamente sus capacidades en un entorno competitivo, posicionando nuestra marca junto a algunos de los destinos deportivos más importantes del mundo. Además, nuestra

participación asegurará que Aspire Zone se convierta en miembro fundador del club inaugural Skål International Doha, lo que creará nuevas oportunidades de colaboración y crecimiento en la industria en el país y en la región, llevando a lograr nuestra misión y visión de ser un destino deportivo de clase mundial.

¿QUÉ INICIATIVAS O COLABORACIONES TIENE PLANEADAS ASPIRE ZONE PARA MEJORAR EL TURISMO EN QATAR, ESPECIALMENTE A MEDIDA QUE EL PAÍS CONTINÚA CRECIENDO COMO UN DESTINO GLOBAL?

Aspire Zone ha estado muy interesado en mostrar y organizar varios eventos para mejorar el turismo en Qatar, especialmente en el período previo a eventos importantes como la Copa Mundial de la FIFA. Algunas de las iniciativas clave incluyen:

- **Eventos y competiciones deportivas:** Aspire Zone organiza regularmente eventos deportivos internacionales, que atraen a visitantes tanto locales como internacionales. Estos eventos también nos ayudan a mostrar las instalaciones y la hospitalidad.
- La **Fundación Aspire Zone** también ha sido fundamental en la organización de eventos deportivos significativos que atraen a audiencias globales. Por ejemplo, en mayo de 2024, organizó el primer campeonato de fitness HYROX, que contó con la participación de 4,000 atletas de 34 países. Estos eventos no solo promueven la cultura deportiva, sino que también sirven como un imán para los turistas internacionales.

- **Compromiso comunitario:** Aspire Zone involucra activamente a la comunidad local fomentando la participación en iniciativas que se llevan a cabo durante todo el año. La Caminata Rosa es una campaña anual de concienciación sobre el cáncer de mama en cooperación con la Sociedad de Cáncer de Qatar. Este evento anima a la comunidad local a reunirse en el parque para realizar una caminata grupal de 1 km.
- Regularmente organizamos eventos que atienden tanto a la comunidad local como a los turistas; actividades como el **Campamento de Verano Aspire y las celebraciones del Día Nacional del Deporte** ofrecen experiencias únicas que muestran la cultura de Qatar y su compromiso con el deporte, mejorando así su atractivo como destino turístico.
- En octubre de 2024, la Fundación Aspire Zone firmó un **Memorando de Entendimiento con LIC** para mejorar la experiencia de los aficionados y equipos en el próximo Gran Premio de Fórmula 1. Esta colaboración tiene como objetivo fortalecer las capacidades logísticas e infraestructurales de LIC para eventos de deportes de motor de alto perfil, atrayendo así a visitantes internacionales y promoviendo el turismo deportivo en Qatar.
- Organización de la **Copa AFC 2011:** En 2011, Aspire Zone desempeñó un papel fundamental en la organización de la Copa AFC, un prestigioso torneo que presenta a los mejores clubes de la Confederación Asiática de Fútbol. El evento mostró las instalaciones avanzadas de Aspire, incluido el Estadio Internacional Khalifa, que proporcionó un entorno de juego de clase mundial. La organización de la Copa AFC no solo elevó el estatus de Qatar en la escena del fútbol global, sino que también atrajo a aficionados y turistas, contribuyendo al crecimiento de la cultura deportiva y el turismo en la región. Este evento subrayó el compromiso de Aspire Zone con la organización de eventos deportivos internacionales y la mejora de la reputación de Qatar como un destino deportivo de primer nivel.
- El **Campeonato Mundial de Atletismo de la IAAF 2019** fue la decimoséptima edición de la competencia global bienal de atletismo organizada por la Asociación Internacional de Federaciones de

Atletismo (IAAF), ahora conocida como World Athletics. El evento tuvo lugar del 27 de septiembre al 6 de octubre de 2019 en Doha, Qatar, en el renovado Estadio Internacional Khalifa.

- **FIFA 2022:** La Copa Mundial de la FIFA 2022 fue la 22ª edición de la Copa Mundial de la FIFA, el torneo global para equipos nacionales de fútbol que se celebra cada cuatro años y es organizado por la FIFA. Organizado por Qatar del 20 de noviembre al 18 de diciembre de 2022, marcó la primera Copa Mundial celebrada en el Medio Oriente y la región del Golfo, tras la selección de Qatar como sede en 2010.

¿CÓMO PLANEAS ASPIRE ZONE APROVECHAR EVENTOS INTERNACIONALES COMO EL CONGRESO MUNDIAL DE SKÅL INTERNATIONAL PARA PROMOVER PRÁCTICAS TURÍSTICAS SOSTENIBLES E INNOVADORAS EN QATAR?

La Fundación Aspire Zone está preparada para capitalizar eventos internacionales como el Congreso Mundial de Skål para impulsar prácticas turísticas sostenibles e innovadoras en Qatar. Al mostrar su infraestructura ecológica, como los sistemas eficientes de agua del Parque Aspire y el uso de energía solar en el Estadio Internacional Khalifa, Aspire Zone puede resaltar la dedicación de Qatar a la responsabilidad ambiental. Las colaboraciones con expertos globales en turismo en tales eventos brindan valiosas oportunidades para que Aspire intercambie ideas sobre eco-certificaciones y las últimas tecnologías verdes, reforzando el compromiso de Qatar con el turismo sostenible. Además, Aspire planea promover su turismo orientado al bienestar, que enfatiza la salud y la armonía ambiental, atendiendo a la creciente demanda de experiencias de viaje responsables. Demostrar prácticas de eventos ecológicos, incluyendo la reducción de residuos, programas de reciclaje y el uso minimizado de plásticos, establece aún más a Aspire Zone como un líder en la gestión de eventos sostenibles. Juntas, estas iniciativas se alinean con los objetivos de Qatar para un turismo eco-consciente, posicionando a Aspire Zone como un pionero en el desarrollo del turismo responsable.

GO CARBON NEUTRAL IN 5 SIMPLE STEPS

Solutions for tour operators, travel agencies, hoteliers, and other tourism companies.

1



Measure Your
CO2 Footprint

2



Offset Past
Emissions

3



Start
Reducing

4



Stay CO2 Neutral
in Real-Time

5



Engage &
Communicate

CO₂
neutral



IMEX predictions for 2025: Nostalgia, NowGen, Future Dusk and Fun

With 2024 drawing to an end, the IMEX team is in a reflective mood. It's a year that's been uncertain and unsettling for so many of us.

True to our brand, we're on a mission to raise you up and help the global events community feel uplifted; grateful for who we are, what we do and how we're mostly just trying to make a more positive impact on the world.

In the spirit of infusing some optimism and holiday cheer, we're taking a light-hearted look ahead to 2025.

What we're saying hello to:

- **Ah, the good old days!** Expect Nostalgia to make an even stronger comeback in 2025. When the world around us looks wobbly, we tend to look back to the cosy, familiar 'feels' of the past. Old bands reunite to huge fanfare (Oasis!) and the OG takes on new meaning and momentum (Twisters). Even fashion looks back harder – so dig out your Y2K shiny silver jumpsuit and let's get jumping! Who can blame us?
- **Right here, right now** - Next Gen becomes the Now Gen. According to the latest Freeman Trends Report, Gen Z has officially

overtaken Boomers in the workforce. This means the Next Gen is actually the Now Gen and they're shaping trends, driving innovation and calling for authentic connections. In 2025 we'd love the global events industry to rise up together and welcome them in. Because we need you, 'nowers'.

- **Future Dusk anyone?** The Pantone Color of the Year is always a significant event in the world of design. For 2025, Pantone's predicted Color of the Year is Future Dusk, a blend of deep violet and midnight blue. Remember when Peach Fuzz was met with skepticism and now it's everywhere? Future Dusk is coming whether you love it or loathe it. We like the sound of this moody blue.
- **Communal resilience** – Ensuring that we're equipped to cope and adapt to the world and, crucially, ensuring that we make space for others to do the same. The Neu Project Resilience Space at IMEX

America was the epitome of communal resilience - open to all, this soothing environment gave people the physical and mental space to decompress. Megan Henshall, Co-founder of Google Xi, calls it "an invitation for people to take what they need and extend their self-care".

- **It's ok to have fun!** We're human and humans are made to experience moments of awe and joy - together. It's one of the reasons some of IMEX's silliest – and heartfelt – social videos have gained so much love this year. We're not averse to raising a smile and making fun of ourselves if you smile back with us. After all, there's no point in laughing alone! Expect us to be putting more 'oi' into joy in 2025.

So there you have it. **IMEX's not-so-serious look ahead at the world in 2025.** Whatever comes, let's approach it with good intentions, a spirit of optimism and a collective desire to make a positive impact on the world.

Business Booms at IBTM World 2024 **ibtm**® WORLD

IBTM World 2024 was a celebration of the power of people, exceeding the success of last year's event by a phenomenal 23% with over 73,000 pre-scheduled business meetings taking place.

Coming to do business with 2,350 exhibitors, the leading global trade show opened its doors to an incredible 22% more Hosted Buyers in 2024 than in 2023.

With 63% of buyers attending for the first time, a remarkable 96 countries were represented. There was also a substantial 16% increase in overall attendees year-on-year, and a significant 15% rise in the total number of visitors.

Championing People Power Potential, IBTM World showcased what can be achieved when, alongside the latest technological developments, event professionals work together. At its heart, the 2024 edition epitomised the belief that unites all event professionals: that **what people need to succeed... is other people.**

Sue Baimbridge, Chief Commercial Officer, RIHGA Royal Hotel Osaka, commented: "This is our first year exhibiting at IBTM World as part of our strategy to grow our business pipeline for 2025 when we become part of the Vignette Collection from IHG Hotels & Resorts. With 56 meeting rooms and over 7,000sqm of meeting space, the business events market is crucial for our business.

"The quality of buyers and volume of meetings over the past three days at IBTM has been brilliant. I'm returning to Osaka with eight solid leads and another five or six business leads to follow up on in the next few weeks. The meeting booking system and support I've received from the IBTM team have been excellent and I'm looking forward to returning next year!"

Claudia Hall, IBTM World Exhibition Director, said: "It's been an absolutely thrilling three days, not least because we were celebrating a **very special 20th anniversary in Barcelona**, which only enhanced the feeling of camaraderie and togetherness.

"As they do every year, our wonderful IBTM World

community arrived with a thirst for knowledge, a hunger for opportunities, and an enthusiasm to make connections that will take the global events industry from strength-to-strength.

"Our show didn't disappoint. Between the phenomenal speakers with their captivating insights and ideas, our passionate exhibitors eager to engage, and the imaginative new initiatives designed to provide targeted and tangible support, it's been an incredible gathering that reminds me just what a community we are in the events industry and how much we have to offer the world as a sector".





Línea Aérea Oficial



 ONU Turismo
 MIEMBRO AFILIADO

 Consigue tu pase
 con descuento
 en web.

 Orgullosos.
 Somos turismo.



22-26 **2025**
Ene **Recinto Ferial**
ifema.es



FITUR 2025 celebra su 45° aniversario del 22 al 26 de enero como la cita global del turismo

La Feria Internacional de Turismo convoca una edición más al mercado global del turismo del 22 al 26 de enero en IFEMA MADRID en un contexto de recuperación turística.

Así, según ONU Turismo, unos 790 millones de turistas han viajado a nivel internacional en los primeros siete meses de 2024, aproximadamente un 11% más que en 2023, lo que permite proyectar una excelente 45ª edición de FITUR en la que se consoliden los récords registrados en 2024.

Con una fuerte orientación profesional, **FITUR representará a toda la cadena de valor turística** y países y destinos, sector alojativo, agencias y turoperadores, empresas tecnológicas, medios de transporte e instituciones de todo el mundo, abriendo el calendario de ferias del próximo año como escaparate ineludible de las últimas tendencias del sector.

En esta nueva edición, FITUR se presenta como herramienta clave al servicio de la dinamización del

negocio global del turismo, apostando también por la generación y el intercambio de conocimiento como motor para la innovación, la competitividad y la sostenibilidad. Así, será una cita multifacética que ofrecerá una variedad de beneficios para los destinos y las empresas de la industria con una consolidada orientación al networking, la visibilidad global, las ventas directas y la capacitación de sus profesionales, impulsando el negocio, elevando el crecimiento y la innovación de toda la industria y sentando las bases del próximo ejercicio.

Además, como parte de su estrategia de ser plataforma clave en la aceleración del negocio y del know-how, mantiene su apuesta por la especialización y ofrecerá contenidos de alta calidad en segmentos turísticos con la renovación de sus diez secciones: **FITUR 4all**, que en su segunda edición da un paso más y publicará la 'Guía de Buenas Prácticas en Accesibilidad en el turismo by Fitur4all'; **FITUR Cruises**, dedicada a la industria de los cruceros; **FITUR Know-How & Export**, orientada a fomentar la internacionalización del

conocimiento turístico de las empresas españolas; **FITUR LGTB+** y su foco en la diversidad e inclusión de los destinos; **FITUR Lingua**, que aborda los retos y oportunidades del turismo idiomático; **FITUR Screen** y la cada vez mayor apuesta por los viajes de pantalla; **FITUR Sports**, con el deporte como motivación de viaje tanto por asistencia a grandes eventos como por práctica deportiva; **FITUR Talent**, con el acento en las personas, la gestión del talento y la capacitación profesional como clave para la rentabilidad del sector; **FITUR TechY**, con la tecnología y la innovación turística como protagonistas; y **FITUR Woman**, donde se abordará la igualdad y el papel de la mujer en el empleo turístico.

Además, **FITURNEXT** será canalizador del compromiso responsable cuyo reto este año se focaliza en cómo el turismo puede contribuir a la gestión sostenible de los alimentos. También con Travel Technology, que agrupa a las empresas turísticas tecnológicas de todo el mundo y que tras su crecimiento del 23% en 2024 se espera que mantenga un incremento más sostenido.



Registration Opens for World Travel Market (WTM) Africa 2025

Registration for one of Africa's flagship travel events, World Travel Market Africa, is now open.

Taking place in Cape Town from 9-11 April 2025, WTM Africa brings together leaders in leisure tourism, luxury travel, LGBTQ+ travel, MICE/business travel, sport tourism, Tourism Investment, Responsible Tourism as well as travel technology – delivering meaningful networking and collaboration opportunities for the African tourism industry.

Mirrored on WTM flagship events like WTM London and the Arabian Travel Market in Dubai, WTM Africa delivers a proven mix of hosted buyers, suppliers, media representatives, pre-scheduled appointments, networking and evening functions.

"Ignite Africa is the perfect theme for 2025," says Megan De Jager, Portfolio Director for RX Africa. **"We're creating a space for real conversation, connection and collaboration, and bringing together the best minds in the industry to shape the future of African tourism".**

To this end, the 2025 programme introduces focused 'content clusters' for the first time. Each 'cluster' combines keynote presentations from established industry experts and emerging voices, panel discussions, and practical workshops for attendees – covering hot-button topics like sustainable aviation, AI in tourism, and next-generation marketing.

New additions to the 2025 programme include:

- A half-day aviation conference addressing industry challenges and opportunities.
- The Africa Tourism Investment Conference in partnership with JLL.
- A youth development section focusing on career opportunities and skills development for young adults in tourism as well as a special session highlighting young African leaders in tourism.

In addition, attendees can expect:

- An exclusive 'State of the Industry' report.
- Interactive 'brain box' sessions for skills development and knowledge sharing.

- Facilitated connections between buyers, suppliers, potential partners and media professionals.

According to De Jager, WTM Africa 2024 achieved a 53% increase in attendees compared to 2023, with representation from 88 countries across the world. **"But perhaps most exciting, is the number of SMMEs and industry newcomers that showed interest,"** says De Jager. **"The future of African tourism is bright – and WTM Africa is the perfect platform for those looking to connect with both tourism titans and pioneers. It's the place to be if you want to learn, network, and celebrate the diversity and opportunity in our industry".**

WTM Africa is one of the cornerstones of Africa Travel Week and De Jager recommends that both visitors and media register their interest as soon as possible to avoid disappointment.

This sentiment is shared by Cape Town Mayor, Geordin Hill-Lewis: **"We cannot wait to welcome travel and tourism professionals from around the world to Cape Town for the World Travel Market Africa in April. This**

event has established itself as the premier travel and tourism expo on the continent and is key to unlocking African tourism's enormous potential. It certainly means the world to us here in Cape Town. If the popularity and growth of the last WTM Africa is anything to go by, the 2025 event looks set to be the biggest and most well attended to date. I encourage all prospective delegates and exhibitors to register their interest sooner rather than later to ensure they don't miss out".

As Hill-Lewis mentions, early exhibitor registration is important. **"Stands are in high demand",** says De Jager. **"Potential exhibitors need to get in touch as**

soon as possible as space on our floor plan is running out. Chat to us about availability – and about pre-scheduling meetings with sought-after buyers and suppliers".

For those in the business of luxury tourism, ILTM Africa is scheduled from 6-8 April at the Norval Foundation in Cape Town.

"It's a new venue for ILTM Africa", explains De Jager. **"We're celebrating art as a key component of luxury tourism and expect some of the world's top-tier travel experience providers and international buyers with high buying power. As an invite-only event it is advised that exhibitors register their interest as early as possible!"**

Attendees at WTM Africa 2025 can also attend concurrent events like Incentives, Business Travel & Meetings (IBTM Africa); EQUAL Africa powered by IGLTA; and Travel Tech at no extra charge.

"WTM Africa is made possible through our partnerships with the City of Cape Town, the Cape Town International Conference Centre and Lift Airlines," concludes De Jager. **"We can't wait to welcome everyone to the Mother City – and show-off Africa's tourism industry in the most exciting week of the year".**



What is World Travel Market Africa?

World Travel Market Africa delivers the leading global events for the travel industry.

Join over 6000 travel industry professionals as they attend Africa's leading and only business to business (B2B) exhibition for both the inbound and outbound African travel and tourism markets.

Mirrored on WTM flagship events like WTM London and the Arabian Travel Market in Dubai, WTM Africa delivers a proven mix of Hosted Buyers, Buyers' Club members, Media representatives, pre-schedule appointments, networking, evening functions and invited travel trade visitors.

Beyond the event we continue to help professionals in the African travel industry to drive commercial success with year-round access to make connections, industry news and developments, trends and technologies from around the world.

Through our industry networks, global reach and regional focus, WTM Africa creates personal and business opportunities providing our customers with quality contacts, content and communities.

IGNITE AFRICA

WITH THE POWER OF TRAVEL

Place your Business in front of the tourism industry,
and book your Exhibitor Stand today.

A variety of stand options are available to suit your budget and business.

Papy Luzala - Head of Commercial & Government Affairs, Africa
M: +27 (0)82 558 8214 | E: Papy.Luzala@rxglobal.com

Penny Fraser - Sales Director | Penny.fraser@rxglobal.com

www.wtm.com/africa

TOURISM
NOW
MAGAZINE

Contacto:



GR ACI AS