



25 NOVEMBRE 2025

Spain Talks est une initiative de Turespaña organisée chaque année dans le cadre des activités de promotion touristique menées par le réseau des Offices de Tourisme d'Espagne à l'étranger. L'objectif de ces activités est de **diriger le débat sur la transition vers un tourisme plus durable**, en abordant la durabilité sous ses trois dimensions : environnementale, sociale et économique.

Le 25 novembre 2025 a eu lieu la deuxième édition de Spain Talks en France. Sous le slogan « **Caring for the future** », cet événement s'est imposé comme un espace unique de dialogue où expertises et expériences se croisent pour faire du tourisme un moteur de développement **durable, innovant et inclusif** à l'échelle mondiale.

L'édition parisienne, accueillie au siège de l'**OCDE**, a mis en valeur le rôle clé de la **technologie et de l'innovation** dans la transformation du secteur, tout en soulignant l'importance de la **coopération internationale et de la numérisation** pour relever les défis actuels.

Plus de 70 participants issus du secteur touristique français, des médias, du monde académique, de l'OCDE et de la représentation espagnole, entre autres, ont assisté à l'événement.

Au cours de la rencontre, l'Espagne a réaffirmé son engagement en faveur d'un tourisme durable, compétitif et responsable. La Secrétaire d'État au Tourisme, Rosario Sánchez, y a présenté la **Stratégie de Tourisme Responsable 2030**, axée sur la numérisation, la durabilité environnementale, la cohésion sociale et la création d'emplois de qualité.

Ximo Puig, Ambassadeur et Chef de la Délégation permanente de l'Espagne auprès de l'OCDE, a souligné l'importance de la **collaboration franco-espagnole** au sein du Comité du Tourisme de l'OCDE, tandis que Lamia Kamal-Chaoui, Directrice du Centre de l'OCDE pour l'entrepreneuriat, les PME, les régions et les villes, a présenté la vision de l'organisation.



Les tables rondes, introduites par Miguel Sanz, Directeur général de Turespaña, ont débuté par un premier panel axé sur la **durabilité environnementale**, les impacts écologiques du tourisme et les solutions innovantes pour les atténuer. Une deuxième table a exploré les défis opérationnels auxquels sont confrontés les destinations et les entreprises dans leur recherche de **modèles de gestion plus résilients et inclusifs**. Les panels ont été modérés par la journaliste Julia Luczak-Rougeaux.

TABLE RONDE 1 : Le tourisme comme moteur d'innovation face aux défis climatiques et environnementaux

- **Yonay Concepción, Directeur du projet hydroélectrique Salto de Chira à Grande Canarie, Cabildo de Gran Canaria**, a décrit ce projet, une centrale hydroélectrique qui ne vise pas seulement à produire de l'énergie renouvelable, mais qui comprend également une usine de dessalement d'eau de mer pour compenser la sécheresse locale, constituant une infrastructure clé tant pour la population locale que pour les touristes.
- **Léonard Gryfogel, PDG de Luniwave**, a expliqué comment son startup aide les hôtels et les destinations touristiques à suivre, comprendre et réduire leur consommation, tout en engageant leurs clients dans une démarche durable. GreenMiles récompense les actions écoresponsables des voyageurs et met en valeur l'engagement des établissements, tandis que LuniShower permet une réduction significative de la consommation d'eau sans compromettre le confort. Sa mission : rendre l'écologie rentable et ludique.

- **Alejandro Mullor, World Wide Public Sector Industry Advisor – Tourism Lead, Microsoft**, a misé sur l'utilisation de la technologie et sur la nécessité pour les destinations de s'adapter afin de moderniser leurs services. Il a mis en avant l'apprentissage de l'utilisation des données et la rapidité de l'intelligence artificielle pour articuler le fonctionnement des villes et régions intelligentes.
- **Philippe Maud'Hui, Directeur de l'Observation, de la Qualité et du Développement Durable, Atout France**, a expliqué les initiatives menées en France concernant l'adaptation et la mitigation du changement climatique liées aux flux touristiques.



TABLE RONDE 2 : Technologies pour une gestion efficace des destinations et structures touristiques

- **Daniel Caro, Chief Data Officer, Entreprise Publique pour la Gestion du Tourisme et du Sport d'Andalousie**, a présenté le projet NEXUS, la stratégie d'Andalousie pour transformer son modèle touristique grâce à l'utilisation intelligente des données, la collaboration public-privé et l'innovation appliquée. L'initiative articule un écosystème qui connecte marketing, intelligence touristique, planification, innovation et talents, offrant cinq solutions aux principaux défis du secteur : de la meilleure compréhension du visiteur à l'anticipation des tendances, en facilitant les décisions basées sur les données ou en formant entreprises et destinations dans un environnement technologique en constante évolution.
- **Agathe Joly, Head of Customer Success, Affluences**, a représenté cette entreprise française qui aide les lieux ouverts au public à mesurer, anticiper et gérer leur affluence grâce aux données.
- **Marco Táboas, Directeur général du Tourisme pour la Demande et l'Hospitalité de l'île de Majorque**, s'est concentré sur l'utilisation de l'IA pour transformer les informations de Majorque en un outil qui aide à comprendre et modérer le tourisme, et à faire du modèle de gestion touristique de l'île une référence en matière de durabilité et de convivialité.
- **Hélène Gebel, Responsable des Relations Institutionnelles, Référente Éthique, Groupe Sopra Steria – Numeum**, a présenté l'initiative Planet Tech'Care, qui compte déjà plus de 1 200 participants engagés dans le Green IT et les nouvelles technologies pour favoriser la durabilité.



REMISE DES PRIX

L'événement s'est conclu par la **remise des prix Spain Talks**, une reconnaissance attribuée à des acteurs français ayant collaboré avec l'Espagne dans la promotion d'un tourisme plus durable.

- **MEDIA AWARD**

Attribué à **Le Figaro – Voyages** et reçu par **Bénédicte Menu** et **Walter Costa**.

Ce prix récompense la capacité à développer une stratégie multicanale — presse écrite, numérique et e-commerce — permettant de toucher tous les publics, ainsi qu'à créer un contenu donnant naissance à une véritable « expérience Figaro », où chaque article devient une invitation à redécouvrir l'Espagne avec curiosité et un regard neuf.



- **AMBASSADOR AWARD**

Attribué à **Ulyces** et reçu par **Nicolas Prouillac**.

Ulyces incarne la spontanéité et l'humour à travers des formats vidéo longs, immersifs et toujours originaux, avec un style unique et des contenus alignés sur les objectifs de Turespaña sur le marché français : promouvoir les voyages hors saison et mettre en lumière des destinations méconnues.



- **EXPERIENCE AWARD**

Attribué à **Nomade Aventure** et reçu par **Frédéric Simon** y **Franck Pelletier**.

Espagne, en proposant des expériences authentiques et respectueuses de l'environnement. Pas de circuits classiques ni de sentiers battus : il s'agit d'aller à la rencontre des cultures locales, des paysages préservés et des itinéraires mêlant immersion, aventure et authenticité.



- **BUSINESS AWARD**

Attribué à **ATR (Agir pour un Tourisme Responsable)** et reçu par **Jérémy Grasse**.

ATR regroupe des entités professionnelles très diverses : voyagistes, agences, réceptifs, hébergeurs, distributeurs, fournisseurs, ainsi que des acteurs technologiques et institutionnels du tourisme, tous engagés pour un tourisme responsable.

