

INFORME

ROMA | 29 DE OCTUBRE DE 2025 HORTI SALLUSTIANI











Caring for the Future



ROMA — Miércoles, 29 oct. Horti Sallustiani

Piazza Sallustio, 21. 00187 Roma



Collabora









INAUGURACIÓN OFICIAL

VÍDEO PRESENTACIÓN

PRESENTADORA

MARTINA GATTI:

PROFESORA UNIVERSITARIO, CONSULTORA DE AGENCIAS DE VIAJES Y FUNDADORA DE MY ITALIAN GUIDE

SPAIN TALKS | ROMA | 29 DE OCTUBRE DE 2025



INTRODUCCIÓN

EL ESPÍRITU MEDITERRÁNEO DE LA SOSTENIBILIDAD

En el centro de Roma, en los evocadores espacios de **Horti Sallustiani**, se llevó a cabo la segunda edición italiana de **Spain Talks**, el foro internacional impulsado por **Turespaña** para promover el diálogo sobre el futuro del turismo sostenible y regenerativo.

En un entorno donde la historia antigua se fusiona con lo contemporáneo, profesionales, representantes institucionales, periodistas, expertos y operadores de la industria se congregaron para intercambiar experiencias, visiones y prácticas innovadoras.

Spain Talks. Caring for the Future no fue únicamente un título, sino un hilo conductor que guió toda la jornada: el cuidado como principio transversal, responsabilidad colectiva y lenguaje compartido entre España e Italia.

Un concepto que ha estado presente en las intervenciones de **Miguel Sanz** y **Gonzalo Ceballos** y que ha estado reflejado en los diferentes paneles y proyectos que se han presentado, y que se ha concretado en distintas vertientes entrelazadas: el cuidado del territorio, de las personas, de la cultura y del equilibrio que las conecta.



APERTURA INSTITUCIONAL

MENSAJE INAUGURAL EN VÍDEO MIGUEL SANZ, DIRECTOR GENERAL DE TURESPAÑA

Miguel Sanz, Director General de Turespaña, dio la bienvenida a los asistentes, subrayando la profunda relevancia de esta iniciativa.

En su discurso inaugural, **Sanz** subrayó que **Spain Talks** va mucho más allá de una serie de encuentros: es un proyecto concebido para **impulsar la transformación sostenible del turismo**, un espacio de diálogo donde instituciones, empresas y comunidades locales pueden congregarse para desarrollar conjuntamente nuevos modelos de crecimiento.

Tras nombrar los lugares en los que se han celebrado las anteriores jornadas de Spain Talks, Sanz subrayó la especial relevancia de la escala en Roma, cuyo propósito es resaltar un tema fundamental que comparten España e Italia: la **gastronomía como motor del turismo sostenible**. La comida, afirmó, es un elemento universal que permea toda experiencia de viaje y, precisamente por ello, puede transformarse en un catalizador para la regeneración económica, social y ambiental.

Sanz recordó cómo el turismo, cuando se gestiona con prudencia, puede transformarse en una poderosa herramienta para el desarrollo equitativo, capaz de generar oportunidades mientras preserva las identidades locales.

El **objetivo de Spain Talks**, concluyó, es congregar a dos países líderes en el turismo mundial para debatir sobre cómo enfrentar conjuntamente desafíos futuros, compartiendo experiencias, buenas prácticas y modelos ejemplares. Con un tono inspirador, concluyó su mensaje deseando a todos una jornada plena de intercambios, ideas e inspiración, estableciendo así las bases para un proceso de reflexión colectiva sobre un tipo de turismo que pueda **propiciar la transformación.**



BIENVENIDA GONZALO CEBALLOS, DIRECTOR DE LA OFICINA ESPAÑOLA DE TURISMO EN ROMA

En su discurso, **Ceballos** recordó las cifras que evidencian el liderazgo mundial de España en el ámbito turístico: **más de 93 millones de visitantes en 2024**, un gasto turístico que supera los 126.000 millones de euros, el **13 % del PIB nacional** generado por el turismo y el 12,7 % de la población activa empleada en este sector. Añadió que **Italia** es un socio estratégico y un mercado fundamental: ocupa el tercer lugar en conectividad aérea, el cuarto en reservas y el quinto en número de visitantes, con más de 5,4 millones de turistas italianos y un gasto que supera los 5.000 millones de euros solo en 2024.

A continuación, Ceballos profundizó en el concepto central de esta edición: la sostenibilidad como paradigma fundamental del turismo contemporáneo. Esto abarca no solo la sostenibilidad ambiental —protección del agua, restauración de ecosistemas, energías renovables, movilidad sostenible— sino también la sostenibilidad social: inclusión, accesibilidad, redistribución de los beneficios económicos y mejora de las condiciones laborales en el sector. Ofreció un análisis claro y honesto del turismo como fenómeno que «consume espacio público», enfatizando la necesidad de una gestión equitativa de los recursos y una distribución justa de los beneficios generados. «El turismo utiliza lo que hemos construido juntos», afirmó, «y debemos garantizar que los beneficios regresen a las comunidades que lo hacen posible». Tras citar los logros medioambientales de España —líder mundial en reservas de la biosfera y banderas azules, segundo en producción de energía eólica y solar, y con el 33 % de su territorio protegido—, Ceballos presentó la nueva Estrategia «Estrategia España Turismo 2030», un plan integral que involucra a quince ministerios y se fundamenta en cinco áreas clave centradas en las personas: turistas, comunidades locales, trabajadores, empresarios e instituciones. «El turismo gira en torno a las personas», concluyó, «y la sostenibilidad es cómo valoramos su experiencia y su futuro».





Territorio, gastronomía y sostenibilidad: desafíos y oportunidades para un turismo responsabile



Héctor Fernández

Manchado

CEO Turismo Lanzarote



Mariasole Bianco Bióloga, Presidenta de Worldrise



Gianluca Mancini
Director de
WWF Travel



Simona Falasca Moderadora Directora de GreenMe

PANEL 1

TERRITORIO, GASTRONOMÍA Y SOSTENIBILIDAD: DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES PARA UN TURISMO SOSTENIBLE

MODERADORA

SIMONA FALASCA

PERIODISTA Y DIRECTORA DE GREENME

El primer panel abordó el tema de la sostenibilidad en su forma más concreta y cotidiana: aquella que se mide en la relación entre el territorio, la comida y la comunidad.

Tres intervenciones diferentes, pero unidas por la convicción de que el medioambiente no es solo un patrimonio que proteger, sino un sistema vivo con el que convivir en equilibrio.



PONENTE: **HÉCTOR FERNÁNDEZ MANCHADO - CEO DE**

TURISMO LANZAROTE

Abrió el debate **Héctor Fernández Manchado**, quien compartió la extraordinaria experiencia de Lanzarote, pionera del turismo sostenible.

Su reflexión giró en torno a un concepto emblemático: la **Carta del Turismo Sostenible**, un documento elaborado precisamente en Lanzarote hace treinta años, el primero en el mundo en introducir oficialmente el término «**turismo sostenible**».

Hoy, explicó Fernández, la isla está preparada para lanzar una **nueva Carta**, con once principios actualizados que reflejan los desafíos contemporáneos: desde el cambio climático hasta la equidad social, desde la gobernanza local hasta las nuevas tecnologías. Cada principio se traduce en una visión concreta: el turismo como instrumento de paz, que fomenta el diálogo entre culturas; el turismo regenerativo, capaz no solo de reducir los impactos sino de generar beneficios; y la protección del patrimonio cultural como base de la identidad de cada destino.

También abordó temas de gran actualidad, como la **gestión de los flujos turísticos** y el derecho a la vivienda, denunciando los efectos de la presión inmobiliaria sobre las comunidades insulares.

«La justicia social —afirmó— es parte integrante de la sostenibilidad. Debemos garantizar que los ciudadanos puedan seguir viviendo en los lugares que hacen posible el turismo».

Concluyó destacando el valor de las alianzas internacionales, porque la sostenibilidad —dijo— «no puede ser un proyecto aislado».

Con la nueva Carta, Lanzarote aspira a **reafirmar su papel como laboratorio mundial de turismo sostenible**, promoviendo «un turismo más humano, responsable y regenerativo».



PONENTE:

MARIASOLE BIANCO, BIÓLOGA MARINA Y PRESIDENTA DE WORLDRISE

La palabra pasó luego a **Mariasole Bianco**, bióloga marina y divulgadora, que ofreció una perspectiva científica y apasionada sobre **la relación entre turismo y conservación**.

Explicó cómo, a través de su trabajo en los documentales para el programa Kilimangiaro, intenta acercar al gran público al conocimiento del mar, mostrando la extraordinaria biodiversidad que lo caracteriza y la fragilidad que lo amenaza.

Bianco presentó algunos ejemplos de **turismo regenerativo vinculado al mar**, como el de la isla de **El Hierro**, en Canarias, donde los propios pescadores crearon una reserva marina para favorecer la regeneración de los recursos pesqueros.

«Se autolimitaron —contó— y en pocos años vieron cómo el mar volvía a vivir. Pescan menos, ganan más y han construido un modelo que une economía, conservación y orgullo comunitario».

También citó el caso italiano de **Torre Guaceto**, donde la colaboración entre pescadores y áreas protegidas ha generado un equilibrio entre la protección ambiental y la rentabilidad económica.

«No basta con ser sostenibles —afirmó—, hoy debemos ser regenerativos: devolver a la naturaleza más de lo que tomamos».



PONENTE: GIANLUCA MANCINI, DIRECTOR DE WWF TRAVEL.

Por último, **Gianluca Mancini**, director de WWF Travel, mostró cómo el turismo puede convertirse en un instrumento directo de conservación a través de proyectos concretos.

Presentó **Le Vele del Panda**, una iniciativa de ecoturismo científico que involucra a los turistas en actividades de investigación marina en el Mediterráneo.

A bordo de veleros, biólogos y visitantes colaboran en la recolección de datos sobre ballenas y delfines, participando activamente en la protección de la **biodiversidad**.

Mancini subrayó que el mar Mediterráneo, aunque representa menos del 1% de la superficie terrestre, alberga el 7,5% de las especies del mundo: una riqueza inmensa, pero también frágil.

El objetivo del proyecto es transformar al turista en un ciudadano activo, consciente de su papel en la conservación.

«Hacer ecoturismo significa acercarse a la naturaleza con respeto —recordó—, porque solo lo que se conoce se puede amar y proteger».



CONCLUSIONES:

REFLEXIÓN CONCLUSIVA DEL PANEL

En el debate conclusivo, moderado por Simona Falasca, los ponentes encontraron un punto de encuentro claro: la sostenibilidad no es un objetivo sectorial, sino una cultura compartida.

Se abordó el tema del cambio climático y su impacto en el turismo.

Fernández describió la experiencia de Canarias, donde el calentamiento global obliga a replantear completamente los modelos turísticos: adaptar infraestructuras, revisar horarios, promover la movilidad eléctrica y los combustibles sostenibles. «*La resiliencia* —dijo— *se convertirá en la nueva medida de la competitividad*».

Bianco reafirmó la importancia de las áreas protegidas como «laboratorios naturales» de adaptación y mitigación, mientras que **Mancini** concluyó recordando que un turismo sin impacto es una utopía, pero es posible crear modelos de turismo que financien la conservación y generen valor real para las comunidades.

Cada experiencia, desde Lanzarote hasta WWF, ha mostrado una manera diferente de interpretar el «cuidado» como principio activo del turismo. Y fue precisamente desde este equilibrio entre protección y desarrollo que surgió la transición natural hacia el tema siguiente: la interconexión entre turismo, agricultura y gastronomía.



PRESENTACIÓN

TURISMO Y SOSTENIBILIDAD: LA IMPORTANCIA DE LA AGRICULTURA Y LA GASTRONOMÍA LOCAL (SIPAM) EN EL TURISMO

La jornada continuó con la intervención de Manuel González Garagorri, Ministro Consejero de la Embajada de España en Italia, y la de Piedad Martín, Directora Adjunta de la Oficina de Cambio Climático, Biodiversidad y Medio Ambiente de la FAO, que ofreció una mirada global sobre la relación entre patrimonio agrícola, alimentación y turismo.



PRESENTACIÓN

MANUEL GONZÁLEZ GARAGORRI -MINISTRO CONSEJERO DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN ITALIA

Tras un primer panel rico en experiencias concretas y visiones territoriales, Spain Talks Roma amplió su perspectiva hacia una dimensión más global y sistémica, introduciendo un tema crucial: la relación entre turismo, agricultura y salvaguardia de los paisajes culturales.

Fue **Manuel González Garagorri**, Ministro Consejero de la Embajada de España en Italia, quien presentó la siguiente intervención, destacando la profunda afinidad entre Italia y España en la apuesta por un **modelo de desarrollo basado en la cultura del territorio, la convivencia y la valorización del patrimonio agrícola**.

«El turismo —recordó— no es solo un motor económico: es un lenguaje que cuenta quiénes somos, de dónde venimos y cómo elegimos cuidar la tierra que nos alimenta».

A continuación, pasó la palabra a Piedad Martín, Directora Adjunta de la oficina de Cambio Climático, la Biodiversidad y el Medio Ambiente, de la FAO, quien supo conectar magistralmente las reflexiones anteriores con la visión de la organización internacional.



PONENCIA

PONENTE: PIEDAD MARTÍN, DIRECTORA ADJUNTA DE LA OFICINA DE CAMBIO CLIMÁTICO, BIODIVERSIDAD Y MEDIO AMBIENTE DE LA FAO

Martín presentó **el programa SIPAM** (Sistemas Importantes del Patrimonio Agrícola Mundial), una iniciativa que protege y pone en valor paisajes agrícolas únicos en el mundo, reconociendo no solo su valor ecológico, sino también su valor cultural y social.

Explicó cómo, en los territorios SIPAM, la agricultura tradicional no representa un vestigio del pasado, sino una forma de innovación continua, un equilibrio dinámico entre conocimientos ancestrales y tecnologías modernas. Martín describió la **Huerta de Valencia**, un mosaico de canales de riego y huertos compartidos que desde hace siglos alimenta la ciudad de Valencia, y el **sistema agrícola de Lanzarote**, donde la mano del ser humano ha sabido transformar un suelo volcánico y aparentemente estéril en un paisaje productivo y poético.

En ambos casos, el turismo se ha revelado como un aliado valioso: cuando se gestiona con sensibilidad, se convierte en una herramienta para fortalecer las comunidades rurales, generar ingresos complementarios y transmitir saberes ancestrales.

«El turismo puede ser un poderoso vector de resiliencia —afirmó Martín—, pero debe aprender a avanzar al mismo ritmo que la agricultura, la biodiversidad y la memoria de los lugares».

Cada turista, concluyó, lleva consigo la posibilidad de convertirse en guardián del paisaje, si elige experiencias que ponen en valor la naturaleza y a las personas que la habitan. Su intervención dejó una sensación muy clara en la sala: la

idea de que **el turismo, al igual que la agricultura, es un acto cotidiano de cuidado y respeto**, un diálogo entre pasado y futuro que se renueva en cada encuentro humano.





Del turismo ya sostenibile al turismo regenerativo: casos de éxito, buenas prácticas y propuestas



Carmen Sahuquillo
Directora de Marketing
Turismo
Comunitat Valenciana



Francesco Tapinassi Director Toscana Promozione Turistica



Ana Rivas Allo Directora General Turismo de Navarra



Simona Falasca Moderadora Directora de GreenMe

PANEL 2

DEL TURISMO YA SOSTENIBLE AL TURISMO REGENERATIVO: CASOS DE ÉXITO, BUENAS PRÁCTICAS Y PROPUESTAS

MODERADORA

SIMONA FALASCA

PERIODISTA Y DIRECTORA DE GREENME

Con el segundo panel, Spain Talks Roma dio un paso más: del «hacer menos daño» al «generar beneficio». El tema del **turismo regenerativo** se exploró a través de tres experiencias europeas que, aunque diferentes en contexto y enfoque, comparten una misma filosofía: la voluntad de **devolver más de lo que se recibe**. La moderadora, Simona Falasca, al presentar el debate, recordó que la regeneración representa hoy una frontera

La moderadora, Simona Falasca, al presentar el debate, recordó que la regeneración representa hoy una frontera concreta para quienes trabajan en el ámbito del turismo: «Ya no se trata solo de reducir los impactos negativos, sino de dejar los lugares, las comunidades e incluso a las personas en un estado mejor del que los encontramos».



PONENTE:

FRANCESCO TAPINASSI DIRECTOR PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA TOSCANA

El primer turno de intervención fue para **Francesco Tapinassi**, director de Toscana Promozione Turistica, quien aportó la perspectiva italiana.

Tapinassi explicó cómo la **Toscana** está viviendo un profundo proceso de **redefinición de su identidad turística**: de destino icónico y global, a menudo percibido a través de estereotipos de belleza y arte, a territorio vivido y compartido, donde el visitante pasa a formar parte de una comunidad.

«El turismo no es un producto —afirmó—, sino una relación entre las personas y los lugares».

La región trabaja para construir un modelo de turismo que respete la fragilidad de los pequeños pueblos, la dimensión artesanal de la vida cotidiana y el valor de la lentitud.

Presentó proyectos ejemplares como el **Teatro Povero de Monticchiello**, donde desde hace más de cincuenta años los habitantes del pueblo se representan a sí mismos sobre el escenario, transformando la tradición en una narración colectiva de resiliencia; la **Caserma Archeologica de Sansepolcro**, regenerada como espacio cultural y creativo gracias al compromiso de los jóvenes; y el Proyecto **Ottozero de Prato**, que une diseño, industria textil y sostenibilidad social.

Estas experiencias, explicó Tapinassi, encarnan la transición de la sostenibilidad a la regeneración, donde la cultura se convierte en infraestructura y el viaje en un acto participativo.

Concluyó subrayando que Toscana quiere ser «una región para vivir más que para admirar», donde cada encuentro pueda generar reciprocidad y bienestar compartido.



PONENTE:

ANA RIVAS ALLO DIRECTORA GENERAL DE TURISMO DE NAVARRA

La intervención de **Ana Rivas Allo**, Directora General de Turismo de Navarra, llevó a la sala la energía y concreción de una región que ha hecho de la regeneración su manifiesto operativo.

Con pasión y precisión, presentó el proyecto «**Huella Positiva**», creado para involucrar a ciudadanos, empresas y turistas en un camino colectivo de retorno al territorio. Navarra, explicó, es una región montañosa y rural, con un tercio del territorio protegido y una larga tradición agrícola. El desafío consiste en **conciliar el desarrollo turístico con la protección ambiental**, promoviendo un modelo participativo.

Cada empresa participante adopta acciones de compensación —desde la plantación de árboles hasta el mantenimiento de senderos, pasando por la recogida de residuos en los bosques o la recuperación de tradiciones culturales— y ofrece a los turistas la posibilidad de participar activamente. Un portal digital y una calculadora de CO₂ permiten a los visitantes conocer su impacto y contribuir a reducirlo.

«El **turismo regenerativo** — explicó Rivas— no es marketing verde, sino un proceso que mide, educa y transforma».

Compartió experiencias de turistas que regresan varias veces para seguir los avances de los proyectos, creando vínculos duraderos con las comunidades locales.

«No nos interesa atraer a millones de visitantes —añadió—, sino construir **relaciones que perduren en el tiempo**. Cada viajero que vuelve y cuida del lugar que ha visitado se convierte en parte de nuestra huella positiva».

Sus palabras evocaron una imagen potente: el turismo como red viva de relaciones, un organismo colectivo que crece con el tiempo y genera valor compartido.



PONENTE: CARMEN SAHUQUILLO DIRECTORA DE MARKETING DE TURISME COMUNITAT VALENCIANA

La voz de la **Comunidad Valenciana**, representada por **Carmen Sahuquillo**, cerró el panel trazando la visión de una región que ha decidido hacer que la sostenibilidad sea medible y certificable, no solo declarativa. «*Nuestro desafío es pasar de los proyectos a las pruebas*», comenzó.

Sahuquillo presentó la **estrategia regional 2024–2028**, un plan estructurado en tres ejes: **formación, innovación y evaluación de impacto**.

Comentó proyectos emblemáticos como **TxRoom**, una «habitación transparente» donde cualquier turista puede visualizar en tiempo real el consumo energético durante su estancia; o la plataforma **Creaturisme**, que conecta experiencias relacionadas con los ciclos productivos locales —desde el cultivo de arroz en la Albufera hasta la pesca sostenible en la bahía de Xàbia, pasando por la apicultura en las montañas de Castellón. Cada experiencia, explicó, va acompañada de un protocolo de evaluación, una especie de «certificado de coherencia» que garantiza que el turismo genere beneficios ambientales y sociales. «La regeneración es un acto de responsabilidad colectiva: ninguna empresa ni institución puede lograrlo sola», subrayó.

Durante su intervención, Sahuquillo trazó un puente ideal entre las experiencias presentadas: la regeneración, dijo, nace de la escucha y de la colaboración.

Y, al igual que en Toscana y Navarra, en la Comunidad Valenciana el cuidado del territorio es inseparable del cuidado de las personas.



CONCLUSIONES:

REFLEXIÓN CONCLUSIVA DEL PANEL

La moderadora Simona Falasca destacó cómo en todas las experiencias presentadas surge una nueva concepción del **turismo como agente de cambio positivo**, ya no espectador, sino protagonista de la transformación.

De las palabras de los ponentes se dibujó una visión común: la regeneración no es una teoría, sino **una práctica cotidiana** hecha de decisiones, mediciones y relaciones.

Y en este camino, el **Mediterráneo** se muestra como un cruce natural: un mar que une y no separa, donde el arte del cuidado y de la hospitalidad se convierte en un lenguaje compartido.





AWARDS

PREMIOS

PREMIOS SPAIN TALKS: CELEBRANDO LA EXCELENCIA Y EL COMPROMISO

La jornada concluyó con la ceremonia de los **Spain Talks Awards**, un momento de reconocimiento y celebración que dio rostro y voz a quienes, en el mundo del turismo, la comunicación y la empresa, se destacan por su compromiso con **un futuro más responsable**.

Cada premio estuvo acompañado de un símbolo concreto: las cerámicas de **Sargadelos**, elaboradas en Galicia desde comienzos del siglo XIX, que representan una de las expresiones más refinadas de la artesanía y el diseño español. Cada pieza es fruto de un trabajo manual que respeta el medio ambiente y los saberes locales, encarnando los valores de autenticidad, identidad y cuidado que inspiran la filosofía de Spain Talks. Símbolo de un Mediterráneo capaz de transformar la materia en cultura, las cerámicas Sargadelos dieron así forma tangible al mensaje del día: el **turismo como arte de cuidar**.





El jurado



Gonzalo Ceballos Consejero de Turismo en la Emabajada de España en Roma



Clara Vélez Fraga Responsable de Divulgación y Promoción de la



Roberta D'Amato Directora de Turismo&Attualità AdvTraining



Alessandra Amati Directora de Travel Marketing 2



Martina Gatti Docente universitaria y Fundadora de My Italian Guide

PREMIOS

EL JURADO

El jurado de los Spain Talks Awards, compuesto por **Gonzalo Ceballos**, Director de la Oficina Española de Turismo en Roma; **Clara Vélez Fraga**, Responsable de Comunicación y Divulgación de la FAO, **Roberta D'Amato**, Directora de Turismo & Attualità Magazine; **Alessandra Amati**, Directora de Travel Marketing 2; y **Martina Gatti**, docente universitaria y fundadora de My Italian Guide, tuvo la difícil tarea de seleccionar a los ganadores entre numerosos proyectos, experiencias y empresas de gran valor.

La calidad de las candidaturas hizo que la evaluación fuera particularmente compleja. Cada propuesta reflejaba un matiz del turismo sostenible: innovación, creatividad, inclusión y responsabilidad ambiental.

Con sensibilidad y rigor, el jurado buscó reconocer no solo los resultados, sino sobre todo **la visión y la coherencia** ética de los candidatos, premiando a quienes, con su trabajo, contribuyen de manera concreta a un turismo capaz de generar valor tanto para las personas como para los territorios.



PREMIOS

LOS GANADORES

Tras una cuidadosa evaluación, el jurado anunció a los ganadores de las cuatro categorías, cada una dedicada a un ámbito diferente del ecosistema turístico contemporáneo.

El **Media Award** 2025 fue otorgado a **Maurilio Parmesani** por su trabajo con *Touring*, reconocido por la calidad narrativa y su capacidad de contar el viaje como experiencia cultural y de descubrimiento responsable.

El **Ambassador Award** 2025 recayó en **Diana Bancale**, autora y creadora de *In Viaggio da Sola*, por su habilidad para transformar la dimensión personal del viaje en un mensaje universal de libertad, conciencia y respeto. Su voz, auténtica y directa, inspira a toda una generación de viajeros atentos, curiosos y sostenibles.

En la categoría **Experience Award** 2025, el reconocimiento fue para **Andrea Giorgi** de *Four Seasons Natura e Cultura*, por su labor pionera en el desarrollo de itinerarios naturalistas y de ecoturismo responsable. La empresa que dirige es un ejemplo de cómo la experiencia puede convertirse en formación, encuentro y protección del medio ambiente.

Por último, el **Business Award** 2025 fue concedido a Francesca Marino, de **Grimaldi Group**, por su compromiso constante en conjugar desarrollo económico, accesibilidad y sostenibilidad ambiental en el sector del transporte marítimo. Su trabajo demuestra que incluso una gran empresa puede ser motor de innovación ética y de progreso compartido.



CIERRE

NETWORKING

En su intervención final, el Director de la Oficina Española de Turismo en Roma, **Gonzalo Ceballos**, quiso cerrar la jornada con un mensaje realista y esperanzador. Recordó que nadie, hoy en día, puede considerarse completamente sostenible, porque toda actividad turística deja inevitablemente una huella. Pero lo que importa —subrayó— es el camino que se emprende para mejorar ese equilibrio: **reducir aquello que tiene un impacto negativo** y **potenciar lo que genera valor, bienestar y regeneración**.

La sostenibilidad, dijo, no es una meta que se alcanza de una vez por todas, sino un **proceso continuo**, hecho de decisiones cotidianas, colaboración y responsabilidad compartida. Sus palabras resumieron a la perfección el espíritu de Spain Talks Roma 2025: un evento que no se limita a celebrar resultados, sino que invita a la acción, al diálogo y a la mejora colectiva.

Tras su intervención, el evento concluyó con un aperitivo de networking en Horti Sallustiani, donde ponentes, periodistas, operadores y prescriptores pudieron continuar el diálogo en un ambiente informal y constructivo. Entre sabores mediterráneos y los colores de Roma al atardecer, se respiró el mismo espíritu que guio toda la jornada: el de un turismo que nace del encuentro, crece en la relación y encuentra en el hecho de compartir su forma más auténtica.

Con este momento de encuentro se dio por finalizada oficialmente la primera edición romana de Spain Talks – Caring for the Future, dejando un mensaje claro y compartido: **la sostenibilidad es un camino que se construye juntos**, paso a paso, con cuidado, conciencia y visión común.



INFORME

ROMA | 29 DE OCTUBRE DE 2025 HORTI SALLUSTIANI









