Primavera 2017

eBiZ
ENTERTAINMENT AND BUSINESS
AFRICA
REVIEW
LA PRIMERA REVISTA SOBRE LA NUEVA ÁFRICA

Alain Saint Ange

¿Primer africano en liderar la Organización Mundial de Turismo?
First African Secretary General to Lead World Tourism Organization?



ESPECIAL ZAMBIA

V.E. Charles Banda, Ministro de Turismo y de las Artes de Zambia.
H.E. Charles Banda, Minister of Tourism and Arts of Zambia



MUJERES EXTRAORDINARIAS

Grace Obado, presidenta de *ÁFrica 2.0 España*



LÍDERESDE OPINIÓN

Diane Audrey Ngako, fundadora de *Visiter l'Afrique.*
Diane Audrey Ngako, fondatrice de *Visiter l'Afrique*

EU: 3€ / UK: 2.5 GBP / Canada: 4.5 CAN$ / Denmark: 30 DKK / Norvège: 35 NOK / USA: 4 USD / Maroc: 15 DH / Algérie: 160 DA / Mauritania: 750 MRO
Tunisia: 2,25 DT / Kenya: 190 KES / Nigeria: 375 NGN / Angola: 223 AOA / Ethiopia: 31 ETB / Ghana: 3,5 GHS / Congo: 2235 CDF / Zone CFA: 1200 CFA


26-33


80-85


56-61


92-99

CONTENIDOS



10
New Business' Field List posiciona a Angola entre los países más emprendedores del mundo.

14
Previsiones para la industria de las relaciones públicas en África para 2017
Predictions for Africa's PR Industry in 2017

20
UPSIDE AFRICA. Inspirando a los profesionales y empresarios africanos.

26
Alain Saint Ange, ex ministro de Turismo y de Cultura de Seychelles, candidato al puesto de Secretario General de la OMT.
Alain Saint Ange, ex Ministre du Tourisme et de la Culture des Seychelles, candidat au poste de Secrétaire Général de l'OMT.

34
Organización Mundial del Turismo: el turismo como arma de paz y desarrollo.

40
Grace Obado, presidenta de *África 2.0 España.*

48
Diane Audrey Ngako, fundadora de *Visiter l'Afrique.*
Diane Audrey Ngako, fondatrice de Visiter l'Afrique.

56
La Conferencia Internacional de Desarrollo africano de Tokio, TICAD: Avanzando en la agenda de desarrollo sostenible de África.

62
Magrebís en París.
Maghrebins a Paris.

72
Princesse Monia y el «Tchin Tchin Djinlin» que sube como la espuma.
Princesse Monia, le « Tchin Tchin Djinlin » qui monte en puissance.

80
Entrevista a V.E. Charles Banda, ministro de Turismo y de las Artes de Zambia.
Interview to H.E. Charles Banda, Minister of Tourism and Arts of Zambia.

86
Cinco recetas de cocina africana.

92
Ouidah, el alma de África Occidental.

100
Marc Fo Kiki, la F2k Fashion hecha en Togo.
Marc Fo Kiki, la F2k Fashion made in Togo.

108
SOS RACISMO, más de veinte años luchando contra el racismo y la exclusión social .

112
Edición Especial.
Carlos Santos, representante del Grupo Oásis Atlântico – Hotels & Resorts, en Cabo Verde.

Fotografía: ©Stan Aron

CARTA DEL EDITOR

Al abrir las páginas de eBiz Africa Review (EAR) 19 el lector se preguntará si esta revista se ha especializado en turismo. Nuestro compromiso con la Organización Mundial de Turismo (OMT) y con la industria del turismo mundial, y del continente africano en particular, justifican que hayamos centrado la atención en este sector. EAR, por su perfil y contenido basados en *Business & Entertainment* (eBiz), quiere acompañar sus actividades recogiendo nuevas formas de ver el turismo como el turismo sostenible y el relacionado con la biodiversidad, sin olvidar la celebración de este año 2017 como Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo.

Alain Saint Ange, en la portada de este número, es exministro de Turismo del archipiélago de las Islas Seychelles y uno de los dos candidatos africanos a la Secretaría General de la Organización Mundial de Turismo (OMT), por quien apostamos dado su recorrido profesional y ejemplar en el mundo del turismo, tanto en el sector privado como público. Sus propuestas innovadoras para construir un nuevo modelo turístico en los países miembros, así como en los futuros integrantes de la organización, sin olvidar la integración plena de los minusválidos en la industria y su apuesta decidida por la lucha contra toda discriminación. Todas estas son bazas indudables que le posicionan como uno de los claros favoritos de las próximas elecciones previstas para mayo de este año.

También en portada mostramos nuestro Especial sobre el Curso Regional de Capacitación Ejecutiva en la República del Sudán sobre Comunicaciones de Crisis en Turismo, organizado conjuntamente con la OMT y el gobierno de Jartum. Sudán más allá de sus recursos naturales, aposta por un turismo renovado, sostenible y moderno, poniendo en primera fila sus vestigios históricos y su patrimonio cultural.

En la última edición de FITUR 2017, Zambia fue uno de los países participantes y su ministro de Turismo y de las Artes, V. E. Charles Banda, nos habla de las nuevas políticas y estrategias de comunicación para hacer de su país un polo de atracción turística y un destino sostenible de referencia.

En nuestra sección Mujeres Extraordinarias, la profesora Grace Obado, presidenta de *Africa 2.0 España*, docente en la Schiller International University y en la prestigiosa escuela de negocios Instituto de Empresa, nos da su visión sobre la nueva África más allá de los estereotipos conocidos.

Diane Audrey Ngako es la fundadora de *visiterlafrique.com*, portal y plataforma digital interactiva y de colaboración dedicada al turismo y a la cultura sobre el continente africano. Esta joven camerunesa, de apenas 24 años, ha sido reconocida por la revista Forbes como una de las jóvenes africanas menores de 30 años más influyentes y no dejan de sorprendernos los reconocimientos por sus labores de promoción de destinos del continente y por sus narrativas innovadoras. La visión de Diane Audrey le espera en Líder de Opinión.

Upside Africa tiene como objetivo proporcionar talleres de formación, seminarios, conferencias, sesiones de *coaching* y aspiran a promocionar talentos africanos, sus culturas y su patrimonio. Se dedican a ayudar a los profesionales y empresarios africanos, tanto en el continente como en su diáspora, mostrando sus fortalezas, desarrollando sus habilidades e intelectos. Jane Oma, colíder de la organización, nos habla de sus métodos y de sus planes anuales en Jóvenes Emprendedores.



Djembe Communication, con su director Mitchell Prather, en la sección de Negocios hace un análisis sobre las perspectivas de los profesionales de la comunicación en África, que desempeñan un papel cada vez más importante en el desarrollo económico del continente más allá de la crisis del petróleo y de otros factores referenciales.

Esta vez, Africanos Por el Mundo nos lleva a París, con la comunidad de jóvenes magrebís, estudiantes o en activo, que nos hablan de sus impresiones, de su modo de vida y de sus grados de integración en las sociedades parisina y francesa.

En el Mundo Del Espectáculo, la marfileña Princesse Monia nos presenta el *Tchin Tchin Djilin*, el baile desenfadado que se adapta a todos los estilos y a todas las edades.

Para terminar, Marc Fo Kiki desde Togo, uno de los creadores que marcan el ritmo de la moda y diseños, no solamente del África Occidental sino del continente, nos habla de sus obras de arte en Estilo de Vida.

Esperemos seguir estando a la altura de sus expectativas.

Buena lectura.

Franck Olivier Kra
Síganos en Linked In, Facebook y Twitter.

CORREOS DE LOS LECTORES

Si queréis hacer comentarios sobre algún artículo o compartir vuestra opinión con nosotros sobre nuestra revista, por favor háganlo en:
opinion@ebizafricareview.com
Deja tu número completo, ciudad y país de origen.

He recibido con mucho gusto la carta adjunta al número impreso de su revista eBiz Africa Review (EAR) y confirmo, una vez más, nuestro afán de trabajar junto a su establecimiento.

Aprovecho esta oportunidad para expresar mis sinceros deseos de éxito y prosperidad de las relaciones económicas y culturales entre España y todos los países africanos, así como de amplio reconocimiento para su revista.

Con mis mejores deseos:

S. E. Mohamed Abdalla Abdelhameed Ahmed
Embajador de la República del Sudán en España, Madrid, España.

Una de las cosas que me gusta de la revista eBiz Africa Review (EAR) es que se muestren las fotos de las personas que escriben los artículos, ya que eso sirve para personificar el artículo y crear un vínculo entre el escritor y el lector. El formato en papel de la revista es algo que agradezco como lector, puesto que el constante uso de los aparatos electrónicos agota durante un largo tiempo de lectura. Por último, eBiz Africa Review podría ser una buena plataforma para hacer más publicidad para otras organizaciones, eventos anuales importantes y asociaciones africanas en España.

Ngoy Ngoma
Estudiante, Madrid, España.

Al descubrir la revista eBiz Africa Review (EAR), lo que más me llamó la atención fue la originalidad de su contenido y de los temas que se tratan. Es muy positivo que se rompa con los estereotipos que, muy a menudo, se divulgan sobre África. La realidad del continente es mucho más alentadora de lo que se muestra en prensa, aunque no podemos ignorar lo que queda por hacer, tanto en África como en otras partes del mundo.

Cecilie Spanggard Hahn-Petersen
Nueva York, EE. UU.

¡Lo que me más llama la atención en eBiz Africa Review (EAR) son las historias de la sección Mujeres Extraordinarias! Es una referencia que nos inspira, siendo mujer, y nos anima a superarnos y a desempeñar una labor positiva para la sociedad en la que vivimos.

Melissa Glwadys Kra
Abiyán, Costa de Marfil

DIRECTOR DE PUBLICACIÓN
Pascal Belda

EDICIÓN
Editor Jefe- Franck Olivier Kra
Director - Alejandro Dorado Nájera
Asistentes de Editor - Camila Higueras - José Garrido Suárez

DIRECTORA CREATIVA
Elena Costa Krämer

SECRETARIO GENERAL
David Hazán

DIRECTOR COMERCIAL
Manuel Sainz

DEPARTAMENTO LEGAL
Lucía Martí

DEPARTAMENTO FINANCIERO
Ricardo Gabisson

COLABORADORES
Malembe Dumont Copero / Niousha Bayat / José Antonio Garrido Suárez / Stan Aron /Camila Higueras / Daria Skarzynska / Elena Rodríguez Costa / Denise Schacht / Mitchell Prather / Luisa Luqué / Begoña Blázquez Parro / Dánae García López / Diana Lopes

AGRADECIMIENTOS
Alain Saint Ange –Ministerio de Turismo de Seychelles - Oficina de Turismo de Seychelles en París / V. E. Charles Banda – Ministro de Turismo de Zambia - Ministerio de Turismo de Zambia – Inonge Kachana-Sakabilo Kalembwe – Percy Mabvuto Ngwira – Andrew Chilufya – Ruben Zulu / Ana Alexandra Morais Vingada – Prensa Organización Mundial de Turismo en Madrid / Embajada de Angola en Madrid – Gabinete de Prensa – Nazare Van Dúnen – María Senovilla / Grace Obado - Africa 2.0 España / IE Africa Club – Instituto de Empresas Madrid / Diane Audrey Ngako – Visiter l'Afrique / Luisa Luqué- Djembe Communications Dubai / Jane Oma – Upside Africa / Gustavo Queipo de Llano - GQ Photographers / Ruben H. Bermúdez / Brighton Ravele / Oficina de Turismo de la ciudad de París / Youssef Tagham – Assia Menas – Mess Messouda - Zola Menas- Rym Ghamgui / SOS Racismo Madrid / Carlos Santos – Oasis Atlantico Hotels & Resorts – Cabo Verde / Dim Voyages – Abidjan Côte d'Ivoire / Princesse Monia - Adjei Niamien / Marc Fo Kiki – Muse Of Elegance – F2K Fashion /

SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE
Dirección: Avda. de Manoteras 10, Edif. B, Suites 05 & 07
Isla de Chamartín. Madrid 28050 - España
Tel: +34 917 873 882
subscription@ebizafricareview.com

IMPRESO POR
Imprenta Montegraf, Madrid - España

SÍGUENOS
eBizAfricaReview
ebizafricarev
eBizAfricaReview

Abril

MIT Sloan Africa Innovate Conference 2017

Amherst Street, Cambridge, Boston, EE. UU.
7-8 de abril.

¿Cómo pueden las ideas innovadoras y prometedoras arraigarse y transformarse en negocios sostenibles e impactantes en África? Esta es la cuestión central de la Conferencia sobre la Innovación de África 2017. Los paneles de este año seguirán el proceso del emprendimiento africano, comenzando con una exploración de los orígenes de las ideas empresariales sólidas, pasando por una discusión en profundidad sobre el lanzamiento y terminando con el escalamiento o el fracaso de las empresas africanas. En el camino, vamos a investigar las condiciones necesarias para el éxito, así como los mecanismos de financiación disponibles en el continente. Esperamos que los participantes finalmente se inspiren para perseguir sus propias ideas y las que surgirán durante el día hasta el impacto en todos los rincones de África.

Página web:
http://www.mitafrica.com/

Organización Mundial del Turismo (OMT)

59ª Reunión de la Comisión y Reunión de Alto Nivel sobre el Turismo Chino Emisor hacia África que tendrán lugar en Addis Abeb, Etiopia.
Addis-Abeba ,Etiopía
18- 21 de abril.



En conformidad con la decisión CAF / DEC / 13 (LVIII) adoptada por la Comisión de la OMT para África (CAF) durante su 58ª reunión celebrada en Abidjan (Costa de Marfil) el 19 de abril de 2016, la 59ª reunión de la Comisión de la OMT para África y la Reunión de Alto Nivel sobre el Turismo de Salida de China a África se celebrará en Addis Abeba (Etiopía) del 18 al 21 de abril de 2017. La participación en estas reuniones está abierta a los Estados Miembros, así como a los representantes del turismo y los medios de comunicación relacionados con el sector.

http://africa.unwto.org/

Popo Carnaval de Bonoua

Bonoua, Costa de Marfil.
17- 30 de abril.



Este evento, símbolo de la elaboración de instrumentos de las culturas y los pueblos para reforzar la cohesión social, lleva siendo desde su primera edición en 1972, una de las plataformas más importantes para la promoción y mejora de la rica herencia cultural y el turismo de Costa Marfil. Por lo tanto, la 37ª edición del Carnaval Popo comenzará el martes 17 de abril de 2017 y terminará el domingo, 30 de abril con el concurso de Luxe Voyages.

http://www.popocarnaval.org

Salón Internacional de Turismo de Abiyán

Abiyán, Costa de Marfil.
28 de abril – 1 de mayo.



El SITA es una de las vitrinas internacionales de la industria turística africana. En abril de 2017, la 7ª edición será de nuevo un acontecimiento de encuentros basado en la promoción del turismo africano en presencia de varios países del continente, que ofrecerá mayor visibilidad sobre la importante diversidad cultural y puntos de atracción turística de primer nivel. Desde hace siete años, este salón profesional es la cita indiscutible para

todos los expertos del sector mundial que desean penetrar el mercado africano. El SITA consolida su posición en la clasificación de acontecimientos de envergadura dedicado al sector económico y social, muy dinámico y en pleno crecimiento del continente.

http://sita2017.ci/

Mayo

Instituto Inmobiliario Global (GRI) Cumbre de África 2017 (Global Real Estate Institute – GRI- Africa Summit 2017)
Munich Park Hotel, Múnich, Alemania-
31 de mayo -1 de junio.



La Cumbre sobre la Construcción de África es el evento de construcción africano líder en Europa. Dicha cumbre traerá al viejo continente compradores y «movers & shakers» de la industria de la construcción de África, incluyendo contratistas, gobiernos, desarrolladores, arquitectos, distribuidores e inversores de todos los rincones del continente. La cumbre brinda a la industria internacional de la construcción la oportunidad de reunirse con actores clave del sector y de acceder a importantes proyectos de infraestructura y construcción.
http://africaconstructionsummit.com/

Festival Internacional de Música Clásica en la Isla de Mahé, Seychelles
Isla de Mahé, Seychelles.
28 de mayo - 7 de junio.



Cada año, desde finales de mayo hasta principios de junio, la Isla de Mahé acoge el Festival Internacional de Música Clásica. Durante todo el evento, vemos por toda la isla conciertos de música al aire libre. Músicos y cantantes tanto nacionales como internacionales tocan todo tipo de música; desde Mozart o Tchaikowsky hasta canciones propias de artistas muy variados.

http://FALTA FALTA

Festisable à La Réunion
Tampon, Reunión.
Mayo.







Festisable es un evento anual abierto a todos los públicos, aunque está especialmente enfocado hacia los jóvenes de la región. Se celebra durante cinco días en mayo en el Stade Roger Bénard en la ciudad de Tampon. Este festival da lugar a muchas actividades deportivas: de playa, baloncesto, «sandball», fútbol, tenis, voleibol, fútbol, entre otros. También se organizan reuniones y talleres durante Festisable. Es un evento abierto a todos los públicos, pero está especialmente enfocado hacia los jóvenes de la región.

http://www.cityzeum.com/ev/festisable

Sham el-Nessim en Egipto
Egipto.
Mayo.







Sham el-Nessim es una fiesta nacional que anuncia la llegada de la primavera. Se lleva a cabo cada año el Lunes de Pascua. Los egipcios invaden jardines, parques públicos, bancos y campos organizando pícnics gigantes, en los que se suelen comer huevos y fessikh (pescado que se conserva en sal durante varios meses). Cada año, más

de 50 millones de personas celebran Sham el-Nessim en todo el país.

http://www.cityzeum.com/ev/cham-el-nessim

Cumbre de Mondato: África 2017

Johannesburgo, Sudáfrica.
9 – 10 de mayo.



La cumbre de Mondato fue creada para brindar claridad a una industria caótica y en constante cambio. Es un evento centrado en el liderazgo en el sector emergente de las finanzas digitales y el comercio electrónico. Con un contenido muy diverso alrededor de un programa interactivo, la cumbre de Mondato trata de impulsar este sector y ayudar a los interesados a participar en él con éxito.

http://www.mondatosummit.com

Junio

Conferencia de Estrategia Empresarial e Innovación

Accra, Ghana.
28 –29 de junio.

BSIC BUSINESS STRATEGY AND INNOVATION CONFERENCE

La Conferencia de Estrategia e Innovación Empresarial es la primera reunión centrada en el vínculo entre las innovaciones, las estrategias y el crecimiento empresarial en África. Lanzada en junio de 2016, la conferencia reúne a más de 500 innovadores, empresarios, inversores y responsables políticos para discutir las próximas estrategias de negocio y las innovaciones tecnológicas para las empresas africanas.

http://westcapestrategy.com/bsc/about/

Festival de la Aviación

Johannesburgo, Sudáfrica.
13 – 14 de junio.

2017 AVIATION IT SHOW AFRICA

En 2017, el Festival de Aviación acogerá a más de 1.500 asistentes, 300 conferencias, 80 conferenciantes y 40 estands de exposición. Más de 200 aerolíneas y aeropuertos estarán representados. El festival tendrá una duración de dos días, con más de 50 presentaciones y 20 debates de mesa redonda, todo diseñado para ayudar a los asistentes todo lo posible. Si desea reunirse con ejecutivos de alto nivel y socios potenciales de la industria de la aviación africana, entonces ésta es la plataforma perfecta para usted.

http://www.terrapinn.com/exhibition/aviation-festival-africa

WORLD INVESTMENT NEWS



20 YEARS CONNECTING BUSINESS PEOPLE

Publisher of **eBizGuides** and **eBiz Africa Review**

Exclusive partner of **Harvard Business Review** and **South China Morning Post**

Harvard Business Review

South China Morning Post

Business intelligence in our **websites**:

www.winne.com

www.ebizguides.com

www.ebizafricareview.com

worldinvestmentnews winnenews winnenews



NEW BUSINESS' FIELD LIST POSICIONA A **ANGOLA** ENTRE LOS PAÍSES MÁS EMPRENDEDORES DEL MUNDO

El espíritu emprendedor de los angoleños es uno de los más altos del mundo. Según el último estudio «Global Entrepreneurship Monitor Angola (GEM)», alrededor de un tercio de la población está involucrada en crear y promover nuevos negocios. En el escenario de la crisis actual, y como resultado de la caída del precio del petróleo, la necesaria diversificación de la economía y la recaudación de ingresos públicos dependen incluso más de la promoción de nuevos negocios.



Por Helena Rodrigo Costa
Directora Deneral de Expogest -
Serviços Estratégicos, Eventos, Estudos

En este momento en el que Angola está viviendo «años malos», es bueno saber que el país sigue figurando entre los más emprendedores del mundo, con casi el 45% de los angoleños que expresan intenciones de crear un negocio en los próximos tres años, según ha demostrado el estudio del GEM.

Los últimos datos indican que la Tasa de Actividad Emprendedora (ERA) en Angola era del 21.5%, lo que significa que de cada 100 angoleños, 22 están involucrados en negocios nacientes o en la administración de empresas de menos de 3 años de existencia.*

Este indicador muestra que, entre los 70 países encuestados, Angola se encuentra en el puesto 11 en lo que a efectividad se refiere.

Sin embargo, no todo va bien, como sigue siendo el caso de muchos nuevos negocios angoleños, concentrados principalmente en los sectores del comercio y los servicios (alrededor del 83%) que no son capaces de seguir adelante más allá de tres años.

Para el economista Alves da Rocha, director del Centro de Estudios e Investigaciones Científicas (CEIC) de la Universidad Católica de Angola, es necesario trabajar en una agenda estratégica de consenso nacional sobre el futuro, ya que «el país necesita construir un nuevo modelo de desarrollo facilitador y promotor de innovación, de creatividad, de investigación y amigo del pueblo, que no se centre en la economía del petróleo, además de en la agricultura y otros sectores primarios de la economía.

«El asunto de la promoción del emprendimiento puede ser relevante para el asentamiento de un nuevo modelo de crecimiento, más proactivo e inclusivo», explica Alves da Rocha.

Sabiendo esto, el Plan de Desarrollo Nacional 2013-2017 establece la necesidad de promocionar el emprendimiento y el desarrollo del sector privado, apoyando particularmente los esfuerzos de los agentes económicos por crear valor para la economía.

El Plan establece un programa de apoyo para los emprendedores que incluye la creación de una red de incubadora y la expansión del Single

En Angola tenemos que trabajar en una agenda estratégica de consenso nacional sobre el futuro, ya que el país necesita construir un nuevo modelo de desarrollo, que no se centre en la economía del petróleo

Alves da Rocha

El asunto de la promoción del emprendimiento puede ser relevante para el asentamiento de un nuevo modelo de crecimiento, más proactivo e inclusivo

Alves da Rocha

Desk del emprendedor, así como una Escuela de Emprendedores, la introducción de contenido emprendedor en el plan de estudios de los diversos niveles de educación e, incluso, la implementación de un programa de conversión de la economía informal.

Más comercio Sur-Sur

Este estratégico programa da prioridad a la creación de las condiciones necesarias que permitan al país unirse al tratado de libre comercio Southern African Development Community (SADC), o Comunidad de Desarrollo del África Austral en español.

La entrada en este grupo de países es clave para aumentar la producción nacional a través del acceso a las materias primas, así como para estimular la demanda a través del libre acceso a los mercados de estos países.

El Plan de Desarrollo Nacional 2013-2017 es un programa estratégico que da prioridad a la creación de condiciones necesarias que permitan al país unirse al tratado de libre comercio entre los miembros de la SADC

Sin embargo, parece poco probable que el país logre estas condiciones en el presente 2017. En efecto, para que el país pueda beneficiarse de la eliminación de barreras arancelarias, se necesitan algunos supuestos que Angola no presenta, ya que «de acuerdo con un estudio realizado por el CEIC-UCAN en los siete atributos de competitividad que ahí se considera, Angola ocupa el último lugar» nos indica el profesor de de UCAN.

También en este contexto de cambio de paradigma de desarrollo, Alves da Rocha considera que el Estado debe alejarse de la actividad productiva para dar paso a la privada, en la que «la tendencia normal es que las economías se diversifiquen ellas mismas mediante la creación de nuevas oportunidades de inversión, ganando nuevos mercados extranjeros, desarrollando inventos, tecnologías y formas de organización de la actividad productiva». De hecho, «el Estado sólo tiene que crear las condiciones para que esto suceda, porque una intervención excesiva y desproporcionada por parte del sector público, puede dar lugar a abusos de confianza en el sector privado», afirma el director del CEIC.



La creación de industrias que incrementen el valor añadido de los productos es uno de los principales retos de África.



José Cerqueira, vicegobernador de Luanda para el área económica.

El entorno que le rodea no es el mejor

En términos de condiciones estructurales para el emprendimiento en Angola, el estudio GEM Angola 2014 muestra, sobre todo, que la evaluación de los expertos nacionales mejoró del 2013 al 2014.

Se lee en el documento que «en términos de la tasa media de las condiciones estructurales a nivel de programas del gobierno, educación y entrenamiento, búsqueda y desarrollo, infraestructura comercial y de servicios, la apertura del mercado y el acceso a la infraestructura física, han presentado evaluaciones más favorables que en el año 2013».

Sin embargo, las condiciones culturales estructurales, las normas sociales y la educación o la formación mostraron resultados menos favorables. Los expertos de GEM han identificado como negativas «las evaluaciones de los niveles primario y secundario de la educación y la falta de estimulación de la cultura nacional para la toma de riesgos».

Otros obstáculos destacados por la encuesta del GEM sobre la promoción de la actividad empresarial en el país fueron «la falta de políticas gubernamentales coherentes para fomentar nuevas empresas y para fomentar el crecimiento, la falta de apoyo a las empresas en el ámbito de los gobiernos locales, la disponibilidad limitada de la financiación y la formación inadecuada e inapropiada».

Los expertos que participaron en el estudio dieron una nota más positiva que, para el año 2013, a indicadores como la facilidad de acceso a servicios legales y contables. Este enfoque optimista también se le dio al apoyo dado por los parques tecnológicos e incubadoras de empresas y a la disponibilidad de las subvenciones del gobierno para financiar actividades emprendedoras.

Aún así, los expertos tienden a clasificar el apoyo financiero a las empresas emergentes como insuficiente, y las cifras más negativas se relacionan con la equidad de la disponibilidad, el capital riesgo y la financiación a través de ofertas públicas iniciales. Además, los procedimientos de concesión de licencias se clasifican de una manera muy represiva.

En conclusión, y a pesar de las limitaciones, es evidente la tendencia a la mejora de la iniciativa empresarial, así como de otros aspectos fundamentales en un contexto de depreciación del kwanza, «en una perspectiva a medio plazo puede ayudar a crear expectativas positivas de negocios para la inversión privada y para la diversificación económica».

Teniendo en cuenta la creciente inflación y la urgente necesidad de superar la crisis y crear un modelo económico más independiente de la industria del petróleo, el estudio del GEM muestra el potencial que tiene Angola de fomentar la aparición de nuevas empresas que sean capaces de esquivar la caída del crudo.



PREVISIONES PARA LA INDUSTRIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN ÁFRICA PARA 2017

PREDICTIONS FOR AFRICA'S PR INDUSTRY IN 2017

El crecimiento de África ha sido posible gracias a una serie de diversos y cruciales factores: el petróleo y otras las materias primas, la demanda china y las consecuencias derivadas de la crisis mundial de 2008. De entre estos factores, los más importantes son el petróleo y la demanda china. Mirando hacia el futuro, los profesionales de la comunicación en África desempeñamos un papel cada vez más importante en el desarrollo económico del continente.

Por Mitchell Prather,
Director general de Djembe Communications.

Numerous important factors have been underpinning Africa's well documented growth, such as oil, commodities, China, and the fallout from the global crash in 2008. Of these, the most important are oil and China. As we look ahead, communicators in Africa are going to play an increasingly important role in economic development.

By Mitchell Prather,
Managing Director, Djembe Communications



Mitchell Prather durante una entrega de premios en Berlin / Mitchell Prather during an award ceremony in Berlin

África se ha comprometido a mantener sus altas tasas de crecimiento económico y entiende que es su reputación la que marcará en un futuro próximo la diferencia. Los medios de comunicación son, junto con las campañas de liderazgo altamente estratégicas, esenciales para afinar la percepción que desde otras partes del mundo se tiene sobre África y sus empresas.

Social media is in the mix, alongside highly strategised thought leadership campaigns and stakeholder engagement activities. Africa is committed to maintaining economic growth and understands that it is its reputation that makes the difference.

En la nueva realidad que vive el continente, con la bajada del precio del petróleo, los países africanos necesitan urgentemente diversificar sus economías a través de la innovación para así crear empleo y riqueza, reducir la pobreza y alcanzar la sostenibilidad económica. Las pymes, concretamente, son las empresas con mayor potencial de crecimiento y, por tanto, el segmento donde las agencias de comunicación tienen más oportunidades.

In the new reality of low oil prices, African countries desperately need economic diversity for job and wealth creation, innovation, poverty alleviation, and economic sustainability. It is therefore with SMEs—particularly the high growth industries that communications firms have another opportunity.

Los jóvenes líderes empresariales reciben, hoy más que nunca, apoyo en todo el continente. Nuevas incubadoras, hubs de emprendimiento y fondos de capital riesgo están surgiendo en toda la región, ayudando a crear cultura empresarial. Por este motivo, las empresas deben involucrarse activamente con las firmas de comunicación con la finalidad de apoyar directamente a los negocios en crecimiento y jugar un importante papel en la atracción de inversores extranjeros.

Across the continent, young business leaders are being supported more than ever. New incubator hubs and VC funds are springing up all over the region; helping to create a culture of enterprise. That is why they will actively engage with communications firms to directly support their growing businesses, and an additional role in attracting foreign investors.

Los inversores visionarios y las empresas que ya están establecidas en la región deben capitalizar su posición

El desafío para empresas como la nuestra es continuar trabajando duro para poder apoyar a nuestros clientes a través de profesionales de la comunicación a nivel mundial, con grandes habilidades y conocimientos locales que vienen de África. Las empresas africanas y las partes interesadas están exigiendo agencias con fuerte experiencia local por lo que, en un futuro, veremos más sedes establecidas en el continente.

Los inversores visionarios y las empresas que ya están establecidas en la región deben capitalizar su posición. Nosotros entendemos que África necesita empresas de la industria de las relaciones públicas que se tomen el tiempo para invertir en el continente, porque los servicios de relaciones públicas desempeñarán un papel integral en la promoción de la diversificación y del crecimiento económico y en la creación de empleo.

Los países de África Subsahariana avanzan con reformas e iniciativas que apoyan el argumento a favor de la inversión y de la expansión de los negocios. Estas reformas incluyen reglamentos para la prevención de blanqueo de capitales, regímenes fiscales simplificados e inversión directa en empresas en fase inicial e innovadoras. Los países que necesitan desarrollarse priorizan los proyectos en infraestructuras que corresponden a las industrias de rápido crecimiento.

Shrewd investors and companies that are already well established in the region should do just that—capitalize

The challenge for firms like us is to continue to work hard to support our clients through the provision of world-class communicators with great skills and local insights that come from across Africa. African companies and stakeholders are demanding agencies with strong local expertise, which is why we will see more of home-grown network offices coming to the fore in the future.

Shrewd investors and companies that are already well established in the region should do just that—capitalize. We accept that Africa needs companies in the PR industry who take the time to invest in the region because PR services will play an integral role in promoting economic diversification, economic growth and job creation.

Nations right across sub-Saharan Africa are pushing ahead with reforms and initiatives that support the case for investment and business expansion. These reforms include anti-money laundering regulations, streamlined tax regimes and direct investment in start-ups and innovators. Countries that have developmental needs are pushing ahead with much-needed, major infrastructure projects and showcasing fast-growing industries.



Mitchell Prather during the presentation of Djembe Communications in Luanda, Angola.

Nosotros, que estamos en el sector de la comunicación, tenemos un papel relevante en el apoyo a estas prioridades. Miramos para el año 2017 y hacemos las siguientes previsiones:

Fuerte demanda para la gestión de la reputación

La gestión de la reputación será una de las áreas más demandadas debido al hecho de que, en África, las inversiones tienden a ser más cautelosas. Los inversores pretenden continuar asegurándose de que cuestiones como la corrupción, la inestabilidad política y los mercados de capitales frágiles se aborden correctamente. De esta forma, las empresas del sector de la comunicación ofrecerán cada vez más servicios de gestión de la reputación como una competencia líder en 2017.

Conocimiento del mercado local sin recurrir a las afiliaciones

Tener dominio de los mercados locales es, sin duda, el bien más importante y valioso para una empresa de comunicación africana. En el África Subsahariana, esto es realmente esencial al tratarse de una región con gran diversidad étnico-cultural, con cientos de idiomas y culturas diferentes. Además de reforzar la importancia del conocimiento local, desarrollado por nacionales que dominen la lengua materna e instintivamente sepan cómo navegar en sus propias culturas, es necesario aportar habilidades de comunicación internacionales.

Las redes de asociados añaden amplitud a una organización que tiene recursos locales limitados en nuevos territorios, pero la cultura importa y esperamos ver cómo las redes de asociados alcanzan ese activo que es tan importante: la autenticidad. La autenticidad se construye a lo largo del tiempo y a través de la formación y el desarrollo del equipo; los asociados tienen mucho trabajo por delante debido a esta cuestión.

Los gobiernos y la mayoría de las instituciones darán mayor valor a los equipos de personas que sean locales y que hayan recibido formación de expertos internacionales. En este punto la red de asociados puede fallar, ya que

Tener dominio de los mercados locales es, sin duda, el bien más importante y valioso para una empresa de comunicación africana

For those of us in the communications sector, we have a significant role to play in supporting these priorities. As we look ahead to 2017, these are our predictions:

Stronger demand for reputation management

Reputation management will be one of the most highly sought after services—especially important in Africa because of cautious investor sentiment. Investors seek reassurance that issues of corruption, political instability and weak capital markets are all being addressed. Therefore, communications firms will increasingly offer reputation management services as a leading capability in 2017.

Boots on the ground – not affiliates

Having boots on the ground in local markets is arguably the most important and highly valued commodities available to an African-based communications firm. In sub-Saharan Africa, this is especially true because it is such a fragmented region with hundreds of languages and cultures. Coinciding with the importance of local expertise delivered by nationals who speak the Mother-tongue and instinctively know how to navigate their own cultures, is the need for the provision of world-class communications skills.

Affiliate networks do add breadth to an organization that has limited local resources in new territories, but culture matters, and we expect to see affiliate networks reach for that all-important asset: authenticity. Authenticity is best built over time, organically through team development and training—affiliates have their work cut out for them in this respect.

Governments and major organizations will almost certainly place increasing value on teams of individuals who are local and have been trained by international experts. This is where affiliate networks may fail: keep-

Having boots on the ground in local markets is arguably the most important and highly valued commodities available to an African-based communications firm

Por ello, la formación también será uno de los objetivos de las empresas de comunicación panregionales en 2017

For this reason, training is also going to be a major focus for pan-regional communications firms in 2017



mantener especialistas séniores en Sudáfrica o Europa hace complicada la formación de equipos locales. Por ello, la formación también será uno de los objetivos de las empresas de comunicación panregionales en 2017.

Campañas sociales y digitales más innovadoras

Hemos visto grandes éxitos en el uso de los medios sociales y digitales en todo el continente. Muchos países tienen un nivel muy elevado de penetración de internet, especialmente a través de los teléfonos móviles y generalmente gracias a la población más joven, que es la que no tiene miedo a las nuevas tecnologías. Estudios, informes e investigaciones pueden alcanzar a millones de personas a través del uso de plataformas como, entre otras, Twitter e Instagram. Mientras los medios impresos continúan llegando a los empresarios, los medios sociales tienen capacidad de llegar más lejos, razón por la cual las campañas de comunicación social en 2017 tienden a responder a una mayor demanda ya que los clientes entienden estos medios sociales.

Más atención en responsabilidad social empresarial

Para finalizar, la responsabilidad social ganó fuerza de manera significativa durante el año pasado. Los gobiernos, en particular, están extremamente interesados en hacer frente de forma proactiva a las cuestiones medioambientales y sociales, como son el acceso a los servicios básicos o la creación de empleo. Las empresas extranjeras también saben que necesitan dejar un legado duradero, por lo que existe una gran oportunidad para vender plataformas de responsabilidad social relevantes para los clientes. Con cuestiones como el calentamiento global, el desarrollo de competencias en la región y la erradicación de la pobreza, todas las empresas en África tienen la responsabilidad de hacer lo que es correcto para el continente.

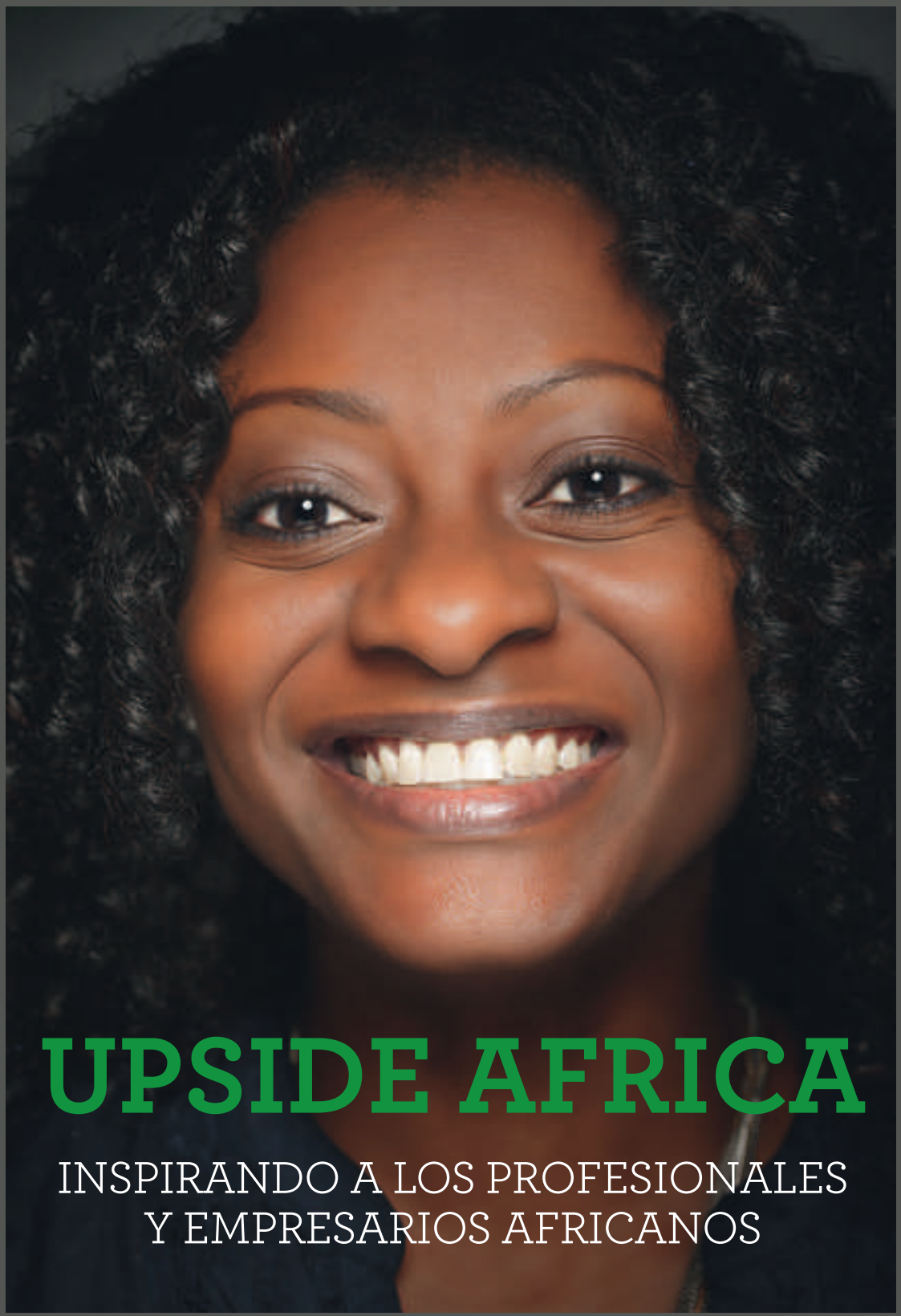
ing the senior talent in South Africa or Europe makes it difficult to train up local teams. For this reason, training is also going to be a major focus for pan-regional communications firms in 2017.

More innovative social and digital campaigns

We have seen great success in the use of social and digital media across the continent. Many countries have a very high level of internet penetration; especially on mobile phones. It's also an extremely young population that is unafraid of new technologies. Studies, reports and research papers can reach millions through smart use of Twitter, Instagram and others. Whilst print media continues to reach business leaders, it is social media that has the capacity to reach millions—which is why communications campaigns in 2017 are likely to see a greater appetite for and understanding of social media from clients.

Increased focus on CSR

Finally, social responsibility has come to the fore in a strong way over the past year. Governments particularly, are extremely keen to deal proactively with social issues such as access to basic services or job creation. Foreign firms also know that they need to leave a lasting legacy so here we can see a major opportunity to sell meaningful social responsibility platforms to clients. With issues such as global warming, skills development and poverty, all companies in Africa have a responsibility to do the right thing for Africa.



UPSIDE AFRICA

INSPIRANDO A LOS PROFESIONALES Y EMPRESARIOS AFRICANOS

Su objetivo es proporcionar talleres de formación, seminarios, conferencias, sesiones de *coaching* y aspiran a promocionar talentos africanos, sus culturas y su patrimonio.

Se dedican a ayudar a los profesionales y empresarios africanos, tanto en el continente como en su diáspora, mostrando sus fortalezas, desarrollando sus habilidades e intelectos. Dan también apoyo a los profesionales para alcanzar su más alto potencial y animar a los demás a activar su espíritu emprendedor. Jane Oma, miembro y líder de la organización, nos da a conocer los logros y los retos de *Upside Africa*.



Por FOK
@franckokra

eBiz Africa Review: Jane Oma, díganos, ¿qué es *Upside Africa*?

Jane Oma: *Upside Africa* es una organización no gubernamental dedicada a fomentar y visibilizar el desarrollo y los logros de África y los africanos, tanto en el continente como en la diáspora.
La organización busca retratar una comunidad africana dinámica y creciente.

Estamos comprometidas con la promoción de la visión y las actividades de los profesionales y empresarios africanos residentes en España.
Upside Africa se creó en el año 2014. Somos un equipo de tres mujeres africanas: Hope Dlamini Ondeko es de Zimbabue, Brenda Apio Oca de Uganda y yo de Nigeria. También hay más personas trabajando con nosotros como embajadores y coordinadores.



Nuestra filosofía se basa en aquel término sudafricano, «ubuntu», que significa «yo soy porque nosotros somos»

Queremos ver más africanos emprender y tener éxitos. Porque la verdad es que cuando le va bien o mal a uno de nosotros, eso se refleja en la comunidad en su conjunto



Jane Oma, colíder de *Upside Africa*.

EAR: ¿Cuál es la filosofía de esta organización y qué es lo que la diferencia de las demás?

J.O.: Nuestra filosofía se basa en aquel término sudafricano, «ubuntu», que significa «yo soy porque nosotros somos». Creemos en la humanidad y creemos en África. Queremos compartir la fuerza, la belleza, la tenacidad y todo lo bueno que tiene África con el resto del mundo. Queremos mostrar que la mujer en África vale para mucho más y ver a más africanos emprender y tener éxito. Porque la verdad es que cuando le va bien o mal a uno de nosotros, eso se refleja en la comunidad en su conjunto.

En cuanto lo que nos diferencia de las demás organizaciones, me gusta pensar que somos parte de una comunidad que trabaja para la mejora de la comunidad. Cada parte aporta una voz única y fuerte para seguir construyendo el África que todos amamos. Y para nosotros es un honor poder unir nuestra voz a otras entidades que están trabajando por ese objetivo. Es importante para nosotros aprender de ellas, compartir y colaborar con ellas.

EAR: ¿Cómo surgió la idea de crear *Upside Africa* y con qué objetivo?

J.O.: La idea de *Upside Africa* surgió mientras buscábamos una solución a un problema social real que tenemos en la diáspora. A través de nuestras propias vivencias como mujeres africanas en España, vimos la necesidad de mostrar lo bueno y bello de África. Queríamos contar nuestras historias y compartir con el mundo nuestros logros, nuestros éxitos y los desafíos a los que hacemos frente.

También vimos que, mientras hay ayudas destinadas a África, el africano que toma la decisión de emigrar se queda solo y sin apoyos. Y los problemas a los que ellos se enfrentan también son difíciles. La integración en la nueva sociedad de acogida no es fácil y muchas veces tenemos que seguir respondiendo y mandando ayudas a nuestros familiares en casa. Nos enfrentamos a muchas dificultades: el rechazo, la desconfianza, la búsqueda de trabajo, de amistades y, como en el caso de España, aprender un nuevo idioma. Para todo ello, habría que prever ayudas. Muchas personas terminan perdiendo la autoestima y se quedan en situaciones


Jóvenes emprendedoras.

laborales que para ellos podrían ser no deseables e incluso, algunos de ellos, se convierten en una carga para el país de acogida.

Por la razón que sea, hay muchas personas que todavía desconocen la realidad africana y nosotros queremos retratar ese lado bueno de África y de los africanos del que la prensa occidental no quiere hablar.
Es nuestro objetivo: inspirar a las mujeres inmigrantes provenientes de África para motivarlas a que sean emprendedoras y creadoras de empleos y que, de esta manera, tengan la posibilidad de cambiar su situación tanto social como laboral. Queremos ayudarlas a ser independientes y así contribuir al país que tan amablemente las ha acogido. Con nuestras sesiones de *coaching* trabajamos para mejorar la autoestima de las personas y luego les ayudamos a identificar o aprender habilidades que les resultarán útiles para emprender o, en ciertos casos, para buscar un trabajo adaptado a sus capacidades y a su preparación.

EAR: ¿Cuál es el perfil de la persona que acude a los servicios de *coaching* de la organización?

J.O.: Hay que señalar que quienes toman la decisión de emigrar no siempre son personas pobres y explotadas, sino que también hay personas que parten en busca de su emancipación o de su libertad, o por otras razones que la sociedad de acogida no percibe fácilmente.

También existe un grupo de personas cuya motivación es comenzar unos estudios, completarlos o desarrollar su profesión. Dentro de este último grupo podríamos encuadrar también a quienes, como señala el colectivo IOÉ (2001), emigran movidas por un espíritu de aventura y de búsqueda de nuevas experiencias.

EAR: Hablemos de la relación de *Upside Africa* con el empoderamiento de la mujer. ¿Qué nos puede decir al respecto?

J.O.: La mujer africana en la diáspora es uno de nuestros primeros objetivos, porque todos sabemos que la mujer sigue siendo la columna vertebral de la economía africana, tanto rural como urbana.
Aportan el 80% de los alimentos, representan el 60% de la fuerza laboral

Organizamos seminarios y sesiones de «coaching» para ayudar a los africanos, allá donde vivan, a maximizar su potencial para que puedan convertirse en personas integradas que contribuyan a las sociedades de sus países de acogida y que sean capaces de influir en su propia comunidad

en el sector agrícola y son responsables del cuidado de las personas que dependen de ellas y de la economía familiar. Además, el 70% de quienes realizan actividades de comercio transfronterizo informal son mujeres.

Habremos dado el primer paso hacia el empoderamiento de la mujer africana cuando se reconozcan suficientemente su trabajo, su fuerza, sus sacrificios, sus risas y todo lo que ella aporta a la comunidad

Mi madre me dijo una vez que lo que le falta a la mujer africana es reconocimiento. Dijo que el día que el mundo llegue a reconocer el trabajo, la fuerza, los sacrificios, los llantos, las risas y todo lo que aporta la mujer a África para mejorar, no solo nuestras vidas, sino también las de la comunidad, habríamos dado el primer paso para empoderarla.

Yo creo que la mujer africana se vale por sí sola, sabe luchar por su familia y defender lo que es suyo, pero tenemos la obligación de ayudarla con todo lo que le falta para que siga este curso.

En *Upside Africa*, organizamos sesiones de *coaching* para ayudar a las mujeres a reforzar su autoestima para ayudarlas a ver y apreciar todo lo que tienen y todo lo que son y, sobre todo, todo lo que podrían llegar a conseguir.

Creemos, como dijo Brigham Young, que cuando educas a una mujer, educas a toda una generación. Esto lo digo con todo el respeto y aprecio para nuestros hombres y todo lo que aportan, porque somos conscientes de que, sin ellos, la comunidad estará incompleta.

EAR: Como organización de envergadura internacional, ¿cuál es su estrategia global al abordar los retos de la diáspora?

J.O.: Actualmente, *Upside Africa* trabaja en España, el Reino Unido, Ghana, Sudáfrica y Nigeria; y seguimos creciendo. Según nuestro objetivo, trabajamos para ofrecer apoyo a emprendedores africanos. Tenemos, por ejemplo, un programa de aceleración de proyectos, desde la etapa de la concepción de la idea hasta la de implementación y seguimiento.

EAR: ¿Cuáles son las prioridades de la agenda de *Upside Africa* para el año 2017?

J.O.: Para el año 2017 tenemos programadas conferencias internacionales, talleres, campamentos para emprendedores, asesorías, distintas sesiones de *coaching*, eventos de *networking*, colaboraciones internacionales, galas de premios y mucho más.

EAR: Háblenos de los logros y desafíos de *Upside Africa*.

J.O.: Desde que empezamos, hemos logrado animar a unas cuantas per-



La formación y el *coaching* son primordiales para las comunidades.



Apoyando a la mujer empresaria en Sudáfrica con el equipo de *Upside Africa* .

sonas a emprender y hemos visto a muchas otras volver a la universidad para retomar los estudios o para ampliarlos. Hemos creado una red de mujeres africanas que están trabajando en varios proyectos y a las que ofrecemos apoyo y asesoramiento.

En cuanto a los desafíos, los hay en abundancia pero, de momento, nuestro mayor desafío es encontrar patrocinio. La falta de fondos nos limita muchísimo, pero no nos damos por vencidas. Seguimos luchando para producir el cambio que queremos ver en nuestra comunidad.

EAR: ¿Cómo percibe la actitud de la juventud africana actual frente a la iniciativa privada y frente al emprendimiento? ¿Existen oportunidades reales para los jóvenes africanos?

J.O.: Las oportunidades para los jóvenes africanos, tanto en África como fuera de ella, son reales y son inmensas. en *Upside Africa* creemos que es nuestra obligación ayudar a los jóvenes a identificarlas y a aprovecharse de ellas.

Gracias a la tecnología, los jóvenes pueden acceder a todo tipo de información y de oportunidades. El teléfono móvil sirve como ventana al resto del mundo y los jóvenes están aprovechando las oportunidades que se presentan.

Hoy en día hay muchos jóvenes africanos que están rompiendo moldes y creando otro tipo de narrativa: una narrativa positiva y rompedora. Las iniciativas privadas y el emprendimiento es lo que sostiene a muchas familias y comunidades africanas.

Es una realidad que muchos de los líderes que tenemos hoy en día en África nos han fallado pero, a pesar de todo lo que todavía nos falta, hay esperanza, y esa esperanza son nuestros jóvenes. Porque creemos que el futuro está en África y los jóvenes son sus portadores.


Jane Oma dirigiéndose al público.



ALAIN SAINT ANGE

EX MINISTRO DE TURISMO Y DE CULTURA DE SEYCHELLES, CANDIDATO AL PUESTO DE SECRETARIO GENERAL DE LA OMT

EX MINISTRE DU TOURISME ET DE LA CULTURE DES SEYCHELLES, CANDIDAT AU POSTE DE SECRÉTAIRE GÉNÉRAL DE L'OMT

En la última Feria Internacional de Turismo de Madrid (IFEMA), el ministro de Turismo de Seychelles, Alain Saint Ange, presentó oficialmente su candidatura para el puesto de secretario general de la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (OMT). Saint Ange había presentado su dimisión como ministro en diciembre de 2016 para presentarse a estas elecciones. Si Saint Ange gana estos comicios que se celebran en mayo, comenzará a poner en marcha los ambiciosos proyectos presentados durante la campaña en sectores como la seguridad, el desarrollo durable, el cambio climático, la accesibilidad en el turismo para personas con diversidad funcional o el reposicionamiento de la OMT como organización responsable del turismo a nivel global.

L'ancien ministre du Tourisme des Seychelles, Alain Saint Ange a présenté, lors du salon international du tourisme à Madrid (IFEMA), sa candidature officielle au poste de Secrétaire Général de l'Organisation Mondiale du Tourisme des Nations Unies (OMT). St Ange avait démissionné de son poste du ministre en décembre de l'année dernière pour pouvoir se porter candidat à cette nouvelle position. S'il est élu en mai prochain, il procédera à un repositionnement de l'OMT et proposera la réalisation d'objectifs clairs en matière de sécurité, développement durable et respect de l'environnement, ainsi que l'intégration et la représentation des personnes handicapées dans le secteur du tourisme.



Por Daria Skarzinska. Par Daria Skarzynska.

eBiz Africa Review (EAR): La Organización Mundial del Turismo es un organismo especializado de las Naciones Unidas que tiene como objeto la promoción del desarrollo de turismo responsable, sostenible y accesible para todos. Según su visión y experiencia, ¿cómo se inscribe la política de desarrollo turístico en el desarrollo sostenible?

Alain Saint Ange: Respondiéndote con un ejemplo concreto, mi país, Seychelles, ha creado un turismo que sabe generar beneficios para la economía. En Seychelles aseguramos que nuestro patrimonio seguirá ahí mañana: la misma belleza, la misma naturaleza, el mismo paisaje. Hoy tenemos conceptos en boga como turismo sostenible, turismo verde o ecoturismo. Un pequeño país como Seychelles puede dar un ejemplo para el resto del mundo. Tenemos que, a través de la OMT poner de acuerdo a la comunidad internacional para resaltar los puntos fuertes de cada país. Por ejemplo, en África, tenemos que elaborar una lista de países que protegen y son respetuosos con el medio ambiente y con la fauna salvaje. El turismo sostenible tiene una dimensión completamente diferente para cada país, pero cada país tiene su papel y la misión de la OMT debe ser la de destacar

eBiz Africa Review (EAR) : L'Organisation mondiale du tourisme est une institution spécialisée des Nations unies destinée à promouvoir le développement du tourisme responsable, durable et accessible à tous. Comment la politique de développement touristique s'inscrit-elle dans une perspective de développement durable?

Alain Saint Ange : Les Seychelles, par exemple, a su créer un tourisme qui porte un bénéfice à l'économie. Nous assurons que notre patrimoine sera là demain : la même beauté, la même verdure, le même paysage. Aujourd'hui nous avons les buzz words, tels que le tourisme responsable, le tourisme vert, l'éco-tourisme. Un petit pays comme les Seychelles peut donner un exemple à l'échelle mondiale. Il faut à travers l'OMT rallier la communauté internationale pour mettre en avant les points forts de chaque pays. Par exemple en Afrique, on doit réfléchir à des modèles, et faire des listes des pays qui protègent l'environnement, ou les animaux sauvages par exemple. Le tourisme responsable a une dimension pour chaque pays qui est complètement différente, mais chacun a sa place, et on doit à travers l'OMT cibler ses points forts et les pays qui aujourd'hui jouent la carte de

las buenas prácticas y llamar la atención sobre los países que ahora están jugando debidamente la carta del turismo sostenible.

EAR: Después de liderar la Oficina de Turismo de Seychelles y el ministerio de Turismo y Cultura de las Seychelles, hoy se presenta como candidato para el puesto de secretario general de la OMT. ¿Cuáles considera que son sus principales bazas para ocupar este puesto?

ASA: A lo largo de los años de trabajo en el sector turístico, público y privado, he podido hacer muchos contactos, sobre todo en el sector privado, que es el que representa la vanguardia del turismo. Hoy Seychelles tiene una oficina de turismo, apoyada por el sector público pero dirigida por el sector privado, que puede ser un ejemplo para África y para la comunidad internacional. Uno de mis éxitos como ministro fue también el alentar al pueblo seychellense a involucrarse activamente en el turismo para convertirse en un actor, a pequeña o grande escala, de esta industria que es la base de nuestra economía.

EAR: La OMT fue creada en 1975 para promover el turismo mundial y, entre sus actuales responsabilidades, está también el impulso a la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo. ¿Cuál es su valoración del funcionamiento de esta organización en sus más de 40 años de existencia?

ASA: Taleb Rifai, el actual secretario general de la OMT, ha hecho un trabajo excepcional de reposicionamiento del turismo global. Hoy hablamos de turismo en todas las partes del mundo, siendo una industria que emplea, directa o indirectamente, a uno de cada seis trabajadores. Pero esto no es suficiente.

Mi país, Seychelles, ha creado un turismo que sabe generar beneficios para la economía. En Seychelles aseguramos que nuestro patrimonio seguirá ahí mañana: la misma belleza, la misma naturaleza, el mismo paisaje

tourisme responsable sur le long terme.

EAR : Après avoir dirigé l'Office de Tourisme Seychellois, vous avez occupé les fonctions de Ministre de Tourisme et de la Culture des Seychelles, aujourd'hui vous êtes candidat au poste de Secrétaire général de l'OMT. Quels sont vos principaux atouts ?

ASA: Les grandes lignes de bénéfice que j'ai tiré des années de travail dans le secteur public et privé, c'était la connectivité que j'ai pu faire avec le secteur privé. C'est le secteur privé qui est le front line et l'avant garde du tourisme. Aujourd'hui les Seychelles a un Office du Tourisme qui est supporté par le secteur public, mais géré par le secteur privé et qui peut être un exemple pour l'Afrique, mais aussi pour la communauté internationale. Mon succès en tant que Ministre était aussi d'encourager le peuple pour qu'il ait sa place dans l'économie. J'ai invité tout le peuple Seychellois à se joindre au tourisme afin de devenir un acteur du secteur à petite ou grande échelle et se voir impliqué dans ce jeu qui est le pilier de l'économie de notre pays.

EAR : L'OMT a été crée en 1975 dans le but de promouvoir le tourisme mondial. L'Organisation encourage également l'application du Code mondial d'éthique du tourisme. Quel bilan faites-vous de son fonctionnement jusqu'à présent?

ASA: Taleb Rifai, l'actuel secrétaire général de l'OMT a fait un travail remarquable. Il a repositionné le tourisme mondial. Aujourd'hui on parle du tourisme partout dans le monde, c'est une industrie qui emploie un travailleur sur six. Mais ce n'est pas assez.

Mon pays les Seychelles a su crée un tourisme qui génère des avantages pour l'économie. Aux Seychelles, nous veillons à préserver notre patrimoine pour que notre nature, la même beauté soit toujours là demain



En primer lugar, debemos incorporar a la OMT a todos los países importantes del turismo mundial como Estados Unidos, Australia, Singapur o Noruega, que actualmente no son miembros.

En segundo lugar, tenemos que encontrar soluciones a los problemas de seguridad, e invitar a cooperar con nosotros a los ministros del Interior y de Turismo de diferentes países, así como a los medios de comunicación.

En tercer lugar, tenemos que encontrar la forma en la que la OMT pueda estar más cerca de sus Estados miembros. Una de mis ambiciones es establecer oficinas en los respectivos países.

EAR: La OMT reúne a 156 países miembros y otros Estados observadores. Sin embargo, los países estratégicos para el desarrollo del turismo mundial, como los EE.UU., Australia y Singapur no pertenecen aún a la OMT. ¿Cómo se puede unir a todos los países para, así, garantizar el mejor funcionamiento de la organización y la realización de sus objetivos?

Premièrement, il faut inviter tous les pays au sein de l'OMT, des pays comme les Etats Unis, l'Australie, Singapour, ou la Norvège par exemple.

Deuxièmement, nous sommes obligés de trouver des solutions aux problèmes sécuritaires entre les ministres de l'intérieur et les ministres du tourisme des différents pays, et aussi grâces aux médias.

Troisièmement, il faut trouver la façon dont l'OMT peut être plus près de ses états membres. Un de mes postulats est d'avoir des bureaux dans les pays respectifs.

EAR : L'OMT regroupe 156 pays membres et des observateurs. Pourtant des pays stratégiques pour le développement du tourisme mondial comme les Etats Unis, Australie et Singapour ne sont pas encore affiliés dans l'OMT. Comment comptez-vous unir tous les pays pour assurer son meilleur fonctionnement ?

ASA: La una industria de turismo se desarrolla en el mundo entero, sin distinción en países miembros de la OMT o no miembros. Existe una familia mundial del turismo y la OMT quiere reunir a todos los miembros. La OMT debe aprender a dialogar con los jefes de Estado y con el sector privado de cada país para encontrar soluciones políticas y económicas. El futuro secretario debe venir de un país aceptado por todo el mundo, un país como las Seychelles, donde podemos decir que somos amigos de todos y enemigo de nadie.

EAR: Desde la creación de la OMT en 1975, ningún africano ha sido nombrado para el puesto de secretario general. ¿Cuáles son para usted, como candidato africano, las prioridades de desarrollo del turismo en el continente?

ASA: Hoy en día, como mínimo el 5% de los turistas internacionales visita África. Sin embargo, ¡África tiene todo lo necesario para atraer turistas!: Playas, safaris, turismo ecológico... ¿Cómo unir África en torno al desarrollo del turismo? Tenemos que dejar atrás aquello que nos dividen y pensar en el futuro. Debemos crear una feria de turismo para atraer a los turistas: que cuando entren allí, puedan escuchar los ritmos y sentir la atmósfera africana. África debe llevar a cabo una política de tolerancia para atraer turistas de toda índole: respetar a todos sin discriminar en razón del color de piel, la religión, las visiones políticas, las preferencias sexuales o por discapacidad.

ASA: Il y a une industrie de tourisme dans le monde entier sans distinction que les pays soient des membres de l'OMT ou pas. Il y a une famille mondiale du tourisme et l'OMT est obligée de rallier tous ces membres. L'OMT doit savoir dialoguer avec les chefs d'état ou la communauté des affaires de tous les pays pour trouver des solutions politiques et économiques. Le futur secrétaire devrait venir d'un pays qui est accepté par tous, un pays comme les Seychelles par exemple. On peut dire que nous sommes les amis de tout le monde et les ennemis de personne.

EAR : Depuis la création de l'OMT en 1975, aucun Africain n'a été nommé au poste de Secrétaire général. Quel sont pour vous, (en tant que candidat africain justement), les priorités de développement du tourisme en Afrique ?

ASA: Aujourd'hui nous avons à peu près cinq pour cent des touristes qui visitent l'Afrique et c'est le minimum. Pourtant l'Afrique a toutes les cartes à jouer et les atouts essentiels pour le tourisme! Le balnéaire, les safaris, l'éco tourisme... Comment alors unir l'Afrique? On devrait abandonner les défiances qui nous divisent et penser au futur. Deuxièmement, nous sommes obligés d'avoir un salon de tourisme pour attirer les touristes : y entrer et écouter le son et sentir l'ambiance Africaine. L'Afrique doit emmener une politique de la tolérance : respecter tout le monde, la couleur de la peau, la religion, la politique des pays respectifs, les préférences sexuelles et les gens qui sont touchés par un handicap.

Tenemos que, a través de la OMT poner de acuerdo a la comunidad internacional para resaltar los puntos fuertes de cada país. Por ejemplo, en África, tenemos que elaborar una lista de países que protegen y son respetuosos con el medio ambiente y con la fauna salvaje

Nous devons grâce à l'OMT rallier la communauté internationale pour mettre en évidence les atouts de chaque pays. Par exemple, en Afrique, nous devons lister les pays respectueux de l'environnement et de la nature



EAR: En estos tiempos de desafíos en lo que concierne a la seguridad y a la salud, como demuestran los ataques terroristas en Francia o en Turquía o la epidemia de virus de Ébola en Guinea, el turismo africano y mundial están en peligro. ¿Cuál debería ser la estrategia de la OMT en materia de seguridad?

ASA: Cuando un país africano tiene un problema, son los 55 países de la Unión Africana los que sufren de este problema. A través de la OMT y la Unión Africana tenemos que encontrar una manera de poner solución a ese problema a nivel local.
La seguridad en África está en evolución. Somos nosotros, los africanos, los que tenemos que cambiar la percepción de la comunidad internacional sobre África para que los prejuicios desaparezcan. Para muchos, por desgracia, África es sinónimo de inseguridad, enfermedades o falta de respeto de normas internacionales. Estoy seguro de que a través de la OMT y con el apoyo de la Unión Africana, podemos hacer crecer el turismo en África y lograr un desarrollo sostenible.

EAR: Hoy en día, la industria del turismo se enfrenta a otro problema: la falta de infraestructuras para perso-

EAR : Dans les temps fortement fragilisés au niveau sécuritaire ou sanitaire, juste pour ne citer que quelques exemples (les attentats en France ou en Turquie, l'épidémie Ebola en Guinée), le tourisme mondial et le tourisme africain sont en péril. Quelle devrait être la stratégie de l'OMT dans le domaine de sécurité ?

ASA: Quand un des pays africains se trouve en difficulté, ce sont 55 pays de l'Union Africaine qui souffrent de ce problème. Alors, à travers OMT et l'Union Africaine il faut trouver un moyen de comprendre ce problème particulier à l'échelle locale. La sécurité en Afrique est une évolution. C'est à nous, les Africains, de changer la perception de la communauté internationale au sujet de l'Afrique pour que les préjugés disparaissent. Pour beaucoup malheureusement, l'Afrique c'est forcément de l'insécurité, des maladies ou un manque de normes internationales. Je suis convaincu qu'à travers l'OMT et avec le soutien de l'Union Africaine on peut le faire grandir le tourisme en Afrique pour le développement durable.

EAR : Aujourd'hui le secteur touristique connait un autre problème : le manque d'infrastructures pour les



nas con diversidad funcional y la discriminación que éstas sufren en el sector, donde muchas veces no encuentran trabajo. ¿Cómo podemos, desde la función que ejerce la OMT, cambiar esta situación?

ASA: La OMT debe adoptar como principio la desaparición de toda discriminación. Hay que fijarse en las capacidades de las personas, no en su color de piel, creencias religiosas, afiliación política, orientación sexual o discapacidad. Hoy en día, pocas personas con diversidad funcional trabajan en aeropuertos, hoteles o tiendas. La OMT debe garantizar la unidad y no la separación de los pueblos y dar una nueva orientación a los países miembros. Hay que ver dónde pueden destacar las personas con diversidad funcional y encontrar sus puntos fuertes para ayudarles en su integración en la sociedad.

EAR: La elección a secretario general de la OMT tendrá lugar en mayo de 2017. ¿Cuál es su estrategia para persuadir a los miembros a votar por usted? ¿Cuáles son sus ventajas respecto a oponentes como el zimbabuense Walter Mzembi, la mexicana Gloria Guevara o el brasileño Marcio Favilla Lucca?

personnes handicapés et une discrimination de ces personnes qui ne trouvent pas de travail. Comment peut-on changer cette situation ?

ASA: A travers l'OMT, on doit adopter comme principe la disparition de toutes les discriminations. Nous devons regarder les capacités des gens, pas leur couleur de peau, leurs croyances religieuses, leur affiliation politique, l'orientation sexuelle ou les handicaps. Aujourd'hui, ce n'est pas la norme de voir des personnes avec un handicap quelconque travailler à l'aéroport au sein des hôtels, ou à des points de vente. L'OMT doit assurer l'union et pas la séparation des peuples et donner une nouvelle orientation aux pays membres. Nous devons voir ce que peuvent faire les gens qui ont des handicaps et trouver leurs points forts afin de les aider à entrer dans la société.

EAR : Le scrutin se tient en mai 2017. Quelle est votre stratégie pour convaincre les pays membres pour qu'ils votent pour vous ? Qu'est-ce qui vous distingue de vos adversaires comme Walter Mzembi, Gloria Guevara ou Marcio Favilla Lucca?

Espero que una vez pasadas las elecciones [a la secretaría general de la OMT], podremos trabajar todos juntos para reposicionar el turismo, unir a la comunidad de naciones y países miembros con el objetivo final de beneficiar económicamente a nuestros pueblos a través del turismo

ASA: En primer lugar, vengo de un país que es respetado por todo el mundo. En segundo lugar, estoy valorado como una autoridad en el sector de turismo: siempre he trabajado en turismo y siempre he sido apoyado por su sector privado. Me siento afortunado de contar con el apoyo de amigos en el sector turístico, lo que solidifica fuertemente mi candidatura.

Todos los candidatos son buenos candidatos, pero habrá solo un ganador. Espero que una vez pasadas las elecciones, podremos trabajar todos juntos para reposicionar el turismo, unir a la comunidad de naciones y países miembros con el objetivo final de beneficiar económicamente a nuestros pueblos a través del turismo.

J'espère qu'une fois les élections au secrétariat général de l'OMT seront terminées, nous pourrons travailler ensemble pour repositionner le secteur, unir la communauté des nations et des pays membres dans le but ultime de faire bénéficier économiquement nos peuples par le tourisme

ASA: Premièrement, je viens d'un pays qui est respecté par la communauté des nations et qui a des amis dans les quatre coins du monde. Deuxièmement, je suis accepté comme une personnalité du tourisme : j'ai toujours travaillé dans le tourisme, et j'ai toujours été appuyé par le secteur privé. Aujourd'hui j'obtiens des soutiens d'amis proches, du secteur touristique et ma candidature est sérieusement solidifiée.

Tous les candidats sont des bons candidats, mais il y aura une personne qui se démarquera à la fin. J'espère qu'une fois les élections soient terminées, on pourra travailler pour un but : repositionner le tourisme, rallier la communauté des nations, enrichir les pays membres à travers le tourisme et faire bénéficier économiquement leur peuple.



Pascal Belda, presidente y fundador de World Investment News.
Mr Alain Saint Ange, ex-ministro de Turismo de la República de Seychelles.
Gilbert Lamory, presidente de Think Tank Réperes et Sociétés, y exvicepresidente de la Asociación GIHP.
Daria Skarzynska, business consultant de World Investment News.
Jean François Sánchez, presidente de Mon Habitat à La carte y consejero especial del Secretario General.
Bernadette Willemin, directora del departamento Europa, de la oficina de Turismo Seychelles.

Pascal Belda, Président et fondateur de World Investment News.
Mr Alain Saint Ange, Ancien Ministre du Tourisme de la République des Seychelles.
Gilbert Lamory, Président du Think Tank Réperes et Sociétés, et ex-vice-président de l'Association GIHP.
Daria Skarzynska, Conseiller en affaires chez World Investment News.
Jean François Sanchez, Président de Mon Habitat à La carte et conseiller spécial du candidat Alain Saint Ange.
Bernadette Willemin, Directrice européenne du département du tourisme de Seychelles



ORGANIZACIÓN DEL TURISMO:

EL TURISMO COMO ARMA DE PAZ Y DESARROLLO

MUNDIAL



1.235.000.000. Es la cifra de turistas internacionales que se movieron por el globo el año pasado, en un mundo poblado por 7.400 millones de personas. Un crecimiento anual de casi 4%, o 46 millones de personas, la población de España. En 1950 había apenas 25 millones de viajeros internacionales y el 75% de las personas nunca habían salido fuera de sus lugares de origen. En 1995 eran 527 millones y para 2030 se espera que se hayan alcanzado los 1.800 millones de visitantes.

Por Alejandro Dorado Nájera
@DoradoAlex



Los ingresos globales debidos directamente al turismo internacional sobrepasan los 1.260.000 millones de dólares, aproximadamente el PIB de Australia, y suponen un 10% del PIB mundial si contamos los ingresos indirectos e inducidos. Es además una de las primeras fuentes de riqueza y divisas para muchos países en vías de desarrollo, especialmente de Asia y África Subsahariana, donde se dan tasas de crecimiento interanuales de hasta el 11%, las más altas del mundo. El turismo internacional genera también uno de cada 10 empleos y supone, además, el 7% de las exportaciones a nivel mundial, siendo el cuarto sector exportador a escala global solo detrás de combustibles, químicos y alimentos y el 30% de los servicios exportados.



Taleb Rifai, actual secretario General de la Organización Mundial de Turismo (OMT).

Los ingresos globales debidos directamente al turismo internacional sobrepasan los 1.260.000 millones de dólares y suponen un 10% del PIB mundial

Pero el turismo no es solo importante por su valor económico. Los turistas llevan consigo ideas, buenas y malas, y es imposible entender la apertura de muchos países sin la influencia de los turistas que, consigo, traen y se llevan nuevas formas de vida y nuevas influencias que impregnan las sociedades de acogida. Tiene también derivadas en otras dimensiones como la seguridad global o la salud, pudiendo ser el medio por el que se transmitan las grandes pandemias del siglo XXI -como demuestran los casos del SARS, MERS o, más recientemente, el virus del Ébola-, siendo a su vez una de sus primeras víctimas.

En la dimensión medioambiental, los turistas pueden ser vector de propagación de especies invasoras que dañen la biodiversidad del lugar del destino, como ejemplifica el caso de la Antártida, a cuyos prístinos ecosistemas están llegando especies foráneas potencialmente perjudiciales de la mano de turistas y científicos – según un estudio, cada turista portaría de media tres semillas en sus equipajes y ropas sin ni siquiera saberlo. Asimismo, cuando se trata de turismo irresponsable, los turistas pueden participar del tráfico ilegal de especias protegidas al comprar suvenires y ornamentos y los movimientos de los turistas contribuyen en torno a un 5% de las emisiones de gases de efecto invernadero causantes del cambio climático.

No es de extrañar que, ante un sector tan poliédrico y con influencia en tantas disciplinas, se propusiera la creación, en 1975, de una organización internacional que velara por la promoción de un turismo responsable, sostenible y universalmente accesible, surgiendo así la Organización Mundial del Turismo (OMT por sus siglas en español, UNWTO en inglés). Este organismo es el encargado de apoyar al sector a escala planetaria, liderando la gestión del conocimiento, la puesta en común de buenas prácticas y la homogeneización de políticas para hacer del turismo un motor económico, fuente de bienestar y desarrollo inclusivo y medioambientalmente sostenible entre sus 156 Estados miembros y sus más de 480 asociaciones, empresas y entidades locales asociadas. Entre los países que la componen se cuentan la mayoría de los Estados del planeta, aunque con notables excepciones por su peso económico y sectorial, como Estados Unidos, Reino Unido o Canadá. Con cuarteles generales en Madrid, es la única agencia del Sistema de Naciones Unidas con sede en un país hispanohablante.

Recorrido histórico de la OMT

En sus más de 42 años de historia, la OMT ha vivido diferentes etapas marcadas por el liderazgo de sus se-





cretarios generales. El último, el jordano Taleb Rifai, dirá adiós a su cargo al finales de 2017, abriendo la puerta a una reñida lucha por la dirección de este foro clave para el sector a nivel mundial.

El Código ético de la OMT consta de diez principios que deben guiar a cualquier actor en el ámbito del turismo: gobiernos locales y nacionales, comunidades, industria, profesionales del turismo, y turistas

Aunque la historia de las organizaciones que dieron lugar a la OMT se puede rastrear hasta principios del pasado siglo, es a partir de la década de los cuarenta cuando su predecesora inmediata, la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT), toma cuerpo y comienza a establecer sus estructuras organizativas. No es hasta la década de los sesenta cuando empiezan a estrecharse los lazos de ésta con el Sistema de Naciones Unidas y se comienza a considerar la creación de un organismo intergubernamental especializado, proceso que culmina en 1975 con el nacimiento de la OMT. El francés **Rober Lonati,** secretario general de la UIOOT desde 1957, fue el que pilotó este proceso y a quien debemos no solo el alumbramiento de la organización, sino también su consolidación. Ésta se produjo durante su posterior mandato como secretario general de la ya OMT y hasta 1985, cuando falleció en el cargo, irónicamente, el mismo día en el que expiraba su mandato. Entre sus logros destacados se encuentran la adopción de la Declaración de Manila, que refuerza la visión social del turismo como impulsor del conocimiento mutuo entre naciones y como motor de desarrollo humano, haciendo partícipes a las comunidades locales de sus beneficios, y resalta su papel en el fortalecimiento de la paz. La adopción del Documento de Acapulco, animando a los miembros a reconocer el derecho al reposo y a descansos remunerados y que convida a los Estados a impulsar el libre movimiento de personas, o la aprobación en 1985 de la Carta del Turismo y el Código del Turista, que introduce los deberes de los Estados frente a los turistas -acceso al patrimonio artístico y cultural, seguridad, condiciones sanitarias adecuadas, información, no discriminación- así como los derechos de las comunidades receptoras, son otros de los hitos del mandato del primer secretario general de la organización.

Tras la muerte de Lonati, el austríaco **Willibald Pahr** fue elegido para sucederle, manteniéndose en el cargo hasta 1989. De su corto mandato sobresalen, sin em-

bargo, varios hitos como la organización de la Primera Conferencia Interparlamentaria sobre Turismo en la que se adopto la Declaración de La Haya que, además de reforzar la alusión a los deberes de los Estados frente a los turistas, introduce la noción de turismo sostenible y medioambientalmente responsable y alerta de los peligros del terrorismo para el desarrollo del sector y los vínculos entre éste, la paz y el desarrollo. En su discurso "Turismo: Pasaporte para la Paz y para el Desarrollo", pronunciado en la India, Willibard Pahr sentenciaba: "*Sin lugar a dudas, paz y desarrollo van de la mano del turismo. No puede haber turismo ni desarrollo sin paz. No puede haber paz sin desarrollo. Y el turismo es esencial para ambos, la paz y el desarrollo, en el mundo actual*".

A partir de 2009, es el secretario general saliente, el jordano Taleb Rifai, quien toma las riendas de la OMT, iniciando los trabajos que culminarán con la celebración de la Convención sobre Protección de los Turistas y profundizando en la labor de sus antecesores sobre turismo sostenible





En 1990 toma el relevo al frente de la organización el mexicano **Antonio Enríquez Savignac.** Bajo su liderazgo, la OMT abordó temáticas clave para el sector como la necesidad de contar con estadísticas homogéneas y de calidad con las que informar la toma de decisiones, la seguridad, el turismo accesible para todos, la involucración de las comunidades locales o la lucha contra el turismo sexual organizado. El mexicano será también recordado por algunas iniciativas de promoción de turismo histórico y cultural a escala regional que se mantienen hoy en día, como la Ruta de la Seda -atravesando países mediterráneos, de Oriente Medio y de Asia Central y Oriental-, o la Ruta de los Esclavos -en las costas africanas-, ambas establecidas en colaboración con la UNESCO. El mandato de Antonio Enríquez Savignac estuvo, sin embargo, marcado por un acontecimiento internacional sobresaliente como fue la Conferencia de Rio sobre Desarrollo Sostenible de 1992, de la que surgió la Agenda 21, destinada a impregnar toda política pública a nivel planetario. La OMT, asumiendo las directrices de esta agenda, elabora la Agenda 21 para la Industria de Viajes y Turismo, haciendo de la promoción de sostenibilidad ambiental una sus líneas de actuación de cara al futuro.

En mayo se celebrará la elección que determinará el liderazgo del organismo hasta 2021



En 1997, el mexicano da paso al francés **Francesco Frangialli,** quien estuvo al frente de la organización hasta el año 2009. En ese periodo de tiempo, el galo supo profundizar es los esfuerzos de los secretario generales anteriores para mejorar y homogeneizar la colecta estadística, base para el desarrollo de toda política pública, lanzando la Cuenta Satélite de Turismo. En Santiago de Chile, se aprueba en 1999 otro documento clave para el sector, el Código Ético Mundial para el Turismo, cuya aplicación se ha convertido en una de las principales misiones de la OMT a lo largo de los últimos años a través, entre otros, del Comité Mundial de Ética del Turismo. El Código consta de diez principios que deben guiar a cualquier actor en el ámbito del turismo: gobiernos locales y nacionales, comunidades, industria, profesionales del turismo, y turistas.

Además de los valores éticos, el medio ambiente es otro de los factores determinantes del mandato de Francesco Frangialli, que en 2002 y coincidiendo con el Año Internacional del Ecoturismo, impulsó la adopción de la Declaración de Quebec sobre Ecoturismo, colocando el desarrollo sostenible del turismo en la agenda internacional. Al año siguiente, se aprueba el Programa Turismo Sostenible-Eliminación de la Pobreza (ST-EP). Este esfuerzo es apuntalado en los años posteriores por iniciativas como la Declaración de Davos sorbe turismo y cambio climático.

En 2003 se toma una de las decisiones más importantes de la organización: su incorporación al sistema de agencias especializadas de Naciones Unidas, dejando atrás la condición de organización intergubernamental. Los retos medioambientales, el diálogo intercultural e interconfesional, con la Conferencia Internacional sobre Turismo, Religiones y Diálogo entre las Culturas de Córdoba, y la recuperación económica tras la crisis financiera de 2008 a través del desarrollo de un turismo sostenible, marcaron la etapa final de Frangialli.

Retos del presente y el futuro

A partir de 2009, es el secretario general saliente, el jordano **Taleb Rifai**, quien toma las riendas de la OMT. Durante su mandato, Rifai ha tenido que lidiar con la crisis mundial y con el deterioro de la seguridad en varios países de África, Oriente Medio y Europa debido al recrudecimiento de las acciones terroristas. Ha iniciado los trabajos que culminarán con la celebración de la Convención sobre Protección de los Turistas y ha profundizado en la labor de sus antecesores sobre turismo y medio ambiente con el desarrollo de la Unidad Asesora sobre Biodiversidad y Turismo, las Recomendaciones de la OMT sobre Turismo y Biodiversidad para el sector privado, la proclamación de 2017 como Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo o la lucha contra el cambio climático. La expansión de la labor de la organización en la gestión de crisis, en la reducción de la pobreza y a favor de la educación son otras de sus grandes contribuciones.

En mayo se celebrará la elección que determinará el liderazgo del organismo hasta 2021, para la que se postulan dos candidatos europeos, dos africanos, un americano y un asiático. Su ganador tendrá que hacer frente a los retos del sector del turismo delineados en la estrategia Turismo hacia 2030. Maximizar la contribución socioeconómica del sector minimizando a la vez sus posibles impactos negativos en el medio ambiente y en el patrimonio, promover el turismo como instrumento para alcanzar los nuevos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) reduciendo la pobreza y fomentando el desarrollo sostenible especialmente en África, armonizar las estrategias de desarrollo del sector para que incluyan la dimensión económica, social y medioambiental, beneficien a las comunidades locales e impulsen el conocimiento mutuo entre sociedades fortaleciendo la paz, involucrando en ello tanto al sector público como al privado o asegurar el financiamiento sostenible de una organización que dispone de un presupuesto ordinario de sólo 13 millones de dólares, son algunos de los retos a los que tendrá que hacer frente el ganador.


GRACE
OBADO

PRESIDENTA DE ÁFRICA 2.0 ESPAÑA

La profesora Grace Obado es presidenta de la sección española de la organización Africa 2.0, presente en más de 30 países tanto de África como de fuera del continente, y es también docente de Relaciones Internacionales en la Schiller International University y en la prestigiosa Escuela de Negocios Instituto de Empresa. Invitados a una de las conferencias que imparte en la escuela de negocios para así impregnarnos de su visión sobre la nueva África, Grace contesta con la confianza y tranquilidad que genera a las preguntas que le formulamos tras el acto:



Alejandro Dorado Nájera
@DoradoAlex

Franck Olivier Kra
@franckokra

Ebiz Africa Review: Profesora Grace Obado, usted es la presidenta de *África 2.0 España*. ¿Nos puede hablar de esta institución y de cuando se establece en España?

Grace Obado: *Africa 2.0* es una red de líderes emergentes y consolidados dentro y fuera del continente africano. Nació en 2010 con el objetivo principal de catalizar el desarrollo de la región, mediante la

implementación de programas de impacto que sirvan para fomentar el empleo, potenciar la formación de líderes, la creación y gestión de infraestructuras y, por supuesto, garantizar la calidad de vida de los africanos.

Africa 2.0 es una red de líderes emergentes y consolidados dentro y fuera del continente africano con el objetivo principal de catalizar el desarrollo de la región mediante la implementación de programas de impacto que sirvan para fomentar el empleo y potenciar la formación de futuros líderes

Africa 2.0 es un think tank diferente (un *D-ink tank*), tanto en pensamiento como en estrategias de acción, que cuenta con presencia en más de una treintena de países dentro y fuera del continente africano. A través de ellos, se ha creado una prestigiosa red de líderes africanos unidos para fomentar el desarrollo económico sostenible de África en distintos campos y especialidades. España es uno de esos treinta países y nuestra presencia aquí se remonta a 2013.

EAR: Usted califica *Africa 2.0*, como ha mencionado anteriormente, no solo como un think tank sino como un D-ink tank, jugando con la palabra «do» («hacer», en inglés): un laboratorio de ideas que también realiza proyectos. ¿Cómo ha contribuido hasta ahora de manera global y también específica *Africa 2.0* a cambiar o mejorar la vida de los africanos?

G.O.: En el último lustro, hemos implementado iniciativas que nos han ayudado a conectar con más de 8.000 empresarios a través de nuestros eventos *Start Up Africa*, organizando simposios para atraer y captar a líderes de la región o, por ejemplo, logrando una alianza histórica con la Iniciativa Jóvenes Líderes Africanos (*Young African Leaders Initiative, YALI*), del expresidente Obama, para establecer y dirigir su Centro Regional de Liderazgo en Ghana. Creemos profundamente que, para conseguir el crecimiento inclusivo y el desarrollo sostenible de África, hace falta cerrar el déficit del liderazgo.

Otro ejemplo es nuestra campaña contra el ébola, *Zero Ebola Campaign*, que sirvió para informar y sensibilizar sobre la pandemia.

En el último lustro, hemos implementado iniciativas que nos han ayudado a conectar con más de 8.000 empresarios a través de nuestros eventos Start Up Africa





EAR: Profesora Grace, sabemos que usted aboga por la emancipación femenina y por el empoderamiento de la mujer africana, ¿nos puede explicar su visión sobre ello?

G.O.: Es sobradamente conocido que, en África, las mujeres aportan beneficios económicos, inclusión y diversidad a las organizaciones o empresas que dirigen. Es por eso que muchos países africanos están implementando políticas para potenciar la participación y el liderazgo de la mujer en todos los ámbitos.

Hemos logrado una alianza histórica con la Iniciativa Jóvenes Líderes Africanos (Young African Leaders Initiative, YALI) del expresidente Obama y creemos profundamente que para conseguir el crecimiento inclusivo y el desarrollo sostenible de África hace falta cerrar el déficit del liderazgo

En Ruanda, por ejemplo, parecen estar más avanzados en la integración de la mujer en el ámbito político y laboral. No en vano, en este país el 64% de los parlamentarios son mujeres, lo que le convierte en el líder indiscutible a nivel mundial. Pero, ampliando el foco, hoy en el conjunto de África, uno de cada cuatro diputados es mujer, superando la media internacional del 22%.

Si nos fijamos en el sector privado, hay un 5% de mujeres africanas que son CEO en sus empresas, superando en nada menos que un punto porcentual la media mundial. Algo muy significativo si tenemos en cuenta lo que señalan abiertamente consultoras como *McKinsey & Company*: las empresas lideradas por mujeres son un 20% más rentables que aquellas que no lo son.

Es sobradamente conocido que, en África, las mujeres aportan beneficios económicos, inclusión y diversidad a las organizaciones o empresas que dirigen

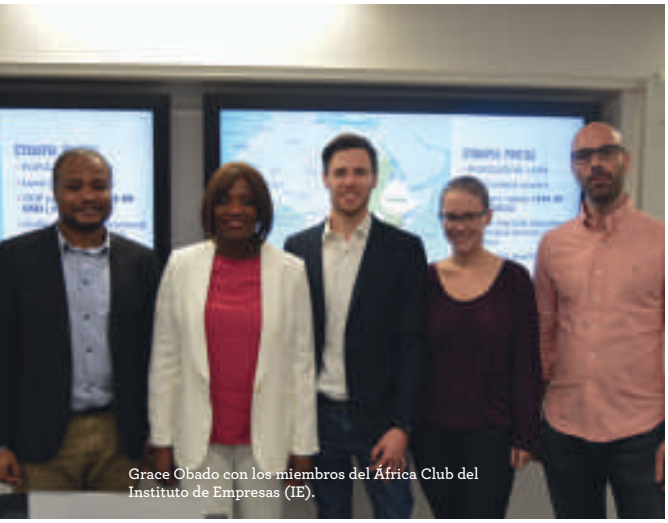
EAR: ¿A qué otros retos se enfrenta el continente africano en este momento y cuál es la responsabilidad de los líderes y élites africanas a la hora de superarlos?

G.O.: Entre los grandes retos a los que se debe enfrentar África en los próximos años, hay uno que destaca sobremanera frente al resto: el del fuerte incremento poblacional que se espera para la región. Según las estimaciones, el número de habitantes será el doble que en la actualidad para 2050, llegando a superar los 2.200 millones de personas, de los que 1.000 millones estarán en edad de trabajar.

Por eso, los países del continente deben esforzarse en implementar políticas que estimulen la creación de puestos de trabajo capaces de absorber tamaña fuerza laboral. No en vano, organismos como la OCDE ya han estimado en 30 millones los nuevos empleos que deben generarse cada año para garantizar el crecimiento y la sostenibilidad de las economías del continente.

EAR: ¿Qué plan de acción inmediata tiene *Africa 2.0* en España para darse a conocer aún más?

G.O.: Es totalmente lógico comenzar a trabajar activamente en España, quinta economía de la Unión Europea, cuarta tras la próxima salida del Reino Unido, y país singularmente importante por su presencia en Europa, por ser un puente hacia Latinoamérica y, desde luego, por ser vecino y parte de África, con relaciones históricas con el continente, en especial con el Magreb y con Guinea Ecuatorial.



Grace Obado con los miembros del África Club del Instituto de Empresas (IE).

Durante este año esperamos llevar acabo un evento formal en España ante la opinión pública, los medios de comunicación, las instituciones y las empresas privadas con el objetivo de comenzar a crear una comunidad activa y llamar la atención sobre las necesidades y potencialidades de África como motor de riqueza para los próximos años. Estamos firmemente convencidos de que el diálogo y el desarrollo de eventos son los primeros pasos a la hora de generar una visión a largo plazo sobre la importancia del continente, que se concrete en actividades, acuerdos comerciales e iniciativas en distintos ámbitos que contribuyan al desarrollo de los países africanos y a la mejora social de sus habitantes.

En Ruanda, por ejemplo, parecen estar más avanzados en la integración de la mujer en el ámbito político y laboral. Siendo mujeres un 64% de los parlamentarios, es el líder indiscutible a nivel mundial

EAR: *Africa 2.0* aglutina ya a más de 500 jóvenes líderes africanos, del continente y también de la diáspora, buscando un dinamismo de referencia. ¿Cómo se puede ser miembro de *Africa 2.0*?, ¿qué requisitos deben cumplirse para colaborar con la organización?

G.O.: Hace falta tener ganas de contribuir hacia la mejora del liderazgo en África y de ser catalizador del crecimiento económico inclusivo en el continente. La información sobre como unirse a *Africa 2.0* se puede encontrar en nuestra página web, www.africa2point0.org, desde donde también se puede solicitar la admisión a la comunidad.

Básicamente, el futuro miembro tiene que comprometerse y estar en línea con los valores de *Africa 2.0*: solidaridad, con espíritu de equipo y camaradería; unidad, estando dispuesto a integrarse en la comunidad; progreso, habiendo demostrado interés en los asuntos panafricanos o habiendo estado involucrado en actividades en varios países de la región; liderazgo en su campo de conocimiento o acción; integridad, para poder ser un embajador de la comunidad extendiendo sus valores; acción, siendo una persona proactiva, orientada hacia la solución de problemas y con redes de contactos en el mundo público y privado; y para finalizar, servicio, mostrando la disposición de colaborar con las actividades de *Africa 2.0*.



El Instituto de Empresas (IE) le da un interés especial a los seminarios del Club África IE.

Hoy África forma parte de la economía global. Ya no hay que pensar en nuestro continente exclusivamente como proveedor de materias primas, sino como un destino rentable para inversiones en campos diversos tales como la manufacturación, las infraestructuras o la economía digital

EAR: África está todavía poco presente en la agenda española y, cuando lo está, se le asocia muchas veces con conceptos negativos. ¿Cómo puede cambiarse esa imagen del continente y esa manera de informar que la perpetúa? ¿Existe esa misma invisibilidad o percepción negativa del continente en el medio académico en el que se mueve?

G.O.: En realidad, África es hoy una tierra a la que el mundo académico empieza a mirar de forma diferente, intentando comprender sus peculiaridades y la idiosincrasia propia de un territorio en el que conviven 54 países y cuya área geográfica total supera a las de Estados Unidos, Europa, China e India combinadas. Y esto es así porque nuestro continente ha dejado de ser visto como algo distante y olvidado para convertirse, poco a poco, en una región que aglutina inversiones, fomenta el crecimiento económico, desarrolla talento y ofrece excelentes oportunidades de negocio.

La percepción negativa sobre África puede combatirse, también, a través de los estudios de investigación realizados por los propios académicos para reflejar las numerosas realidades del continente.

EAR: Como decíamos, usted es politóloga y experta en Relaciones Internacionales, profesora de la Schiller University de Madrid y de IE (Instituto de Empresa), además de presidenta de África 2.0 España. ¿Se considera una mujer extraordinaria?

G.O.: ¡Para nada! El problema está en que a las mujeres africanas se les suelen mirar exclusivamente a través dos lentes en la que tienen que tener cabida: o bien se es la súper mujer que se encarga de todo el pueblo, o se es la victima que necesita salvación de alguna organización de caridad.

Yo no me identifico con ninguno de estos dos estereotipos. Simplemente me considero una mujer, como tantas otras en África y en el mundo, que tiene un propósito en la vida y lo persigue con ahínco.

EAR: Para finalizar, ¿cuál es el mensaje que quisiera trasladar a los lectores de eBiz Africa Review (EAR)?

G.O.: Hoy África forma parte de la economía global. Ya no hay que pensar en nuestro continente exclusivamente como proveedor de materias primas, sino como un destino rentable para inversiones en campos diversos como la manufacturación, las infraestructuras o la economía digital.

Es un continente lleno de oportunidades para los negocios, con una población joven y cada vez más dinámica que está conectada a las nuevas tecnologías. Es el continente del futuro y es vital para cualquier inversor o empresa comenzar a posicionarse en él para no perderse las oportunidades que surgen y surgirán en los años a venir.

eBiz GUIDES

THE PREMIER GUIDEBOOK FOR BUSINESS GLOBETROTTERS

ebizguides ebizguides winnenews

Is your country an eBiz kind of country?



NEW Mobile App

For a limited time only, you can download our new mobile application, free of charge.

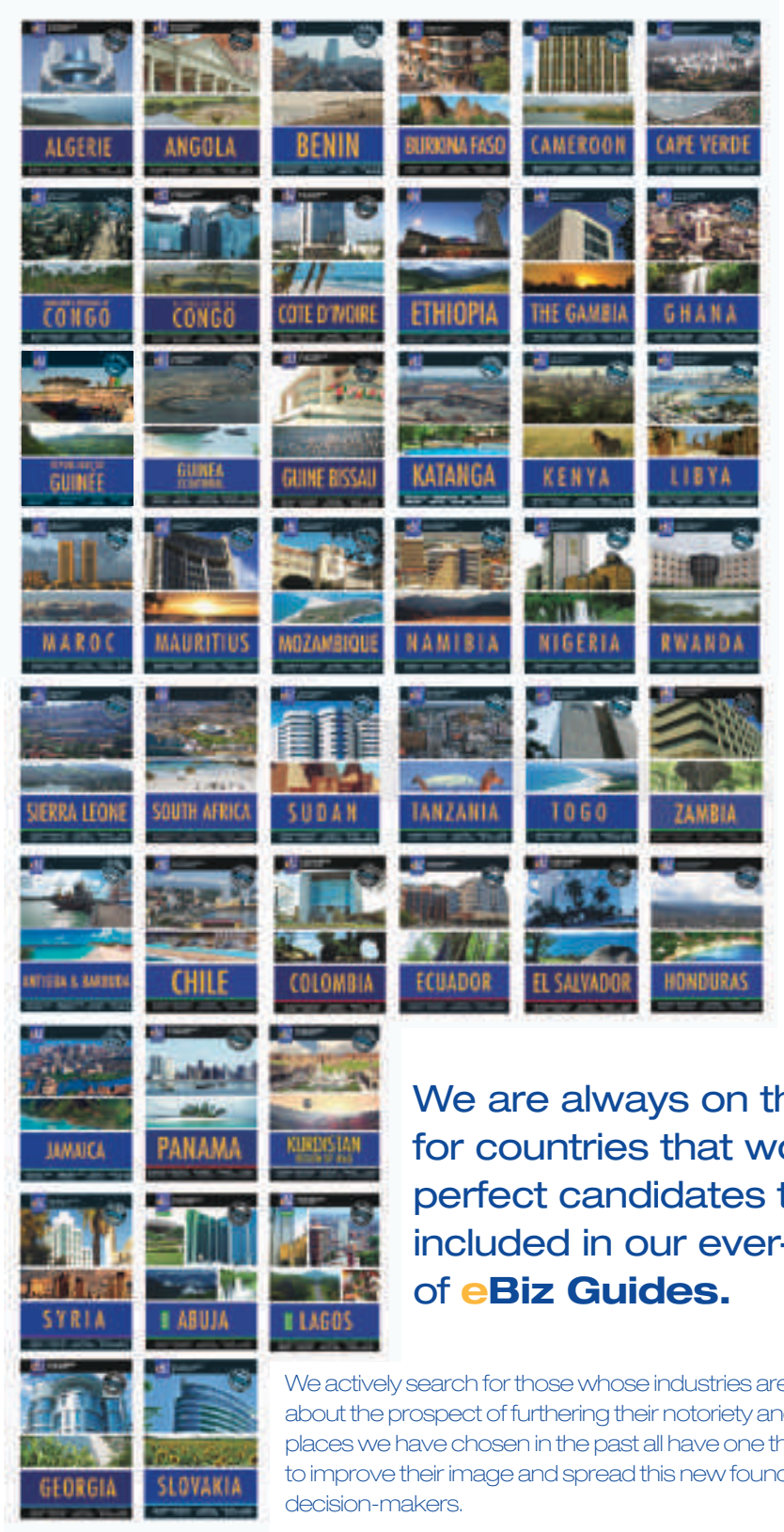
eBiz GUIDES

Send us an e-mail to the address listed below, and you can be one of the first business globetrotters to enjoy our new mobile application.
info@ebizguides.com

www.ebizguides.com

COLLECTION

We publish country guides that help the world's top decision makers and investors navigate in countries where they have little knowledge or experience.



AMERICA

ASIA

CITY GUIDES

EUROPE

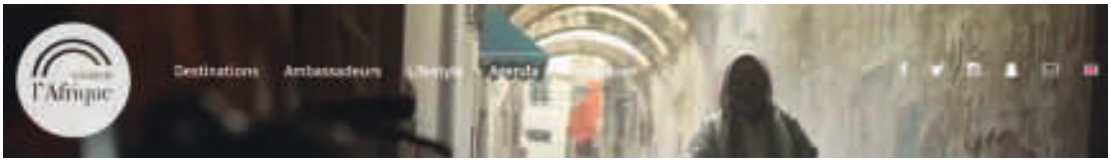
AFRICA

We are always on the lookout for countries that would make perfect candidates to be included in our ever-growing list of **eBiz Guides.**

We actively search for those whose industries are ambitious and excited about the prospect of furthering their notoriety and that of their country. The places we have chosen in the past all have one thing in common - a desire to improve their image and spread this new found image to the world's top decision-makers.



DIANE AUDREY NGAKO, FONDATRICE DE VISITER L'AFRIQUE



Liderando diferentes espacios de comunicaciones, Diane Audrey Ngako ha sacado tiempo para contestar a nuestras preguntas pese a su ajetreada agenda. Con apenas 24 años, la fundadora de visiterlafrique.com, una plataforma digital interactiva y de colaboración dedicada al turismo y a la cultura sobre el continente africano, es una referencia tanto en el continente como en el resto del mundo. Entrevista.

A la tête de plusieurs structures de communications, Diane Audrey Ngako, malgré son emploi du temps chargé mais toujours disponible a bien voulu répondre à nos questions. A seulement 24 ans, la fondatrice de Visiter l'Afrique qui est une plateforme numérique, interactive et collaborative, dédiée au tourisme et à la culture sur le continent africain, est une référence aussi bien sur le continent qu'ailleurs dans le monde. Entretien.

Por Franck Olivier Kra
@franckokra

Par Franck Olivier Kra
@franckokra

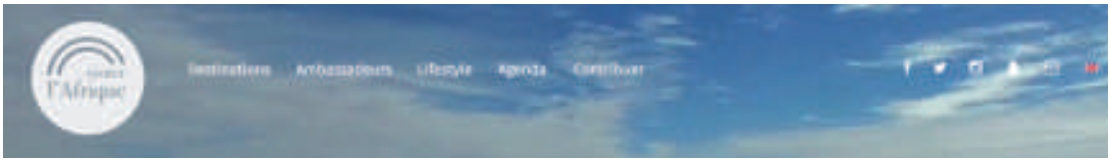


Ebiz Africa Review (EAR): Lo primero, felicitarla por haber conseguido el premio Viajes de la primera edición de los «Adicomdays». ¿Cuáles son sus sensaciones?

Diane Audrey Ngako: ¡Una alegría inmensa! Esta recompensa ha sido sobretodo para mi equipo ya que ha estado trabajando muy duro durante los últimos 3 años. Este proyecto comenzó en un pequeño estudio con mi amigo Boris Telfo, el diseñador de la primera versión de nuestra página web. A día de hoy, somos una comunidad de unas 150.000 personas. Es también un honor haber sido elegidos por parte de empresarios del sector para recibir este premio. Vamos a acompañar a Air France en sus campañas digitales de promoción de viajes a África, una apuesta muy interesante promovida por «Totem Experience» y «Hopscoth Africa», dos agencias de consultoría especializadas en las comunicaciones sobre África. Como sabes, la cuestión de la comunicación digital en África aún está por abordar.

eBiz Africa Review (EAR) : Tout d'abord vous féliciter pour avoir remporté le Prix Voyages de la première édition des Adicomdays. Alors quelles sont vos sensations ?

Diane Audrey Ngako : Une joie immense! Cette récompense était surtout pour mon équipe qui travaille surtout dessus depuis 3 ans. Ce projet a débuté dans un petit studio avec mon ami, Boris Tefo, qui était le webdesigner de la première version du site. Aujourd'hui, nous avons une communauté d'environ 150,000 personnes. C'était aussi un honneur de recevoir ce prix des gens du secteur. Nous allons accompagner Air France dans leurs campagnes digitales tournées vers l'Afrique. C'était un beau pari porté par Totem expérience et Hopscotch Africa, deux agences de conseil en communication spécialisées sur l'Afrique. Vous savez, la thématique de la communication digitale en Afrique reste peu abordée.



He creado visiterlafrique.com porque África era principalmente representada por diversos medios no africanos... presentando a menudo un continente miserable... que sin embargo posee muchas facetas positivas

J'ai créé visiterlafrique.com parce que l'Afrique était principalement représentée par des non-Africains via divers médias .... Ils présentent une Afrique misérabiliste... cependant ce continent regorge de plusieurs facettes positives

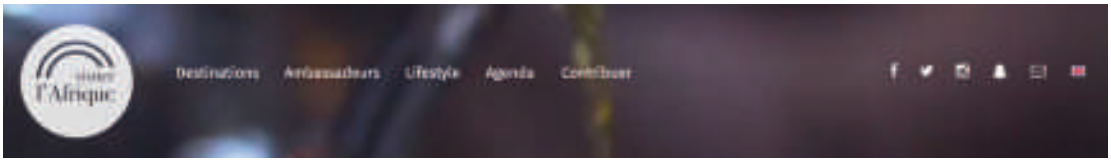
EAR: Diane, ¿por qué visiterlafrique.com? ¿De dónde surge la idea de crear este espacio con tantos seguidores?

DAN: Simplemente porque me di cuenta de que África estaba principalmente representada por diversos medios no africanos. Dos años después de la creación de esta web sigue siendo prácticamente igual, presentando a menudo un continente miserable, donde reinan la pobreza, el hambre y la guerra. Después de viajar por diversos países africanos, nos damos cuenta de que África tiene muchas facetas: Los bellos paisajes, su vitalidad, su gente tremendamente acogedora, sus grandes oportunidades, etc. El espacio web «visiter l'Afrique» era una necesidad ya que hacía falta mostrar el continente africano como es, cambiando su imagen y dejando de lado los

EAR : Diane Audrey Ngako Pourquoi Visiter l'Afrique et comment vous est venue l'idée de mettre en place ce site avec tant de suiveurs ?

DAN : Tout simplement parce que je trouvais que l'Afrique était principalement représentée par des non-Africains via divers médias. C'est encore le cas, plus de deux ans après la création de la plateforme. Ils présentent souvent une Afrique misérabiliste, où seuls famine, guerre, pauvreté, et autres fléaux règnent. Après avoir voyagé dans plusieurs pays africains, on se rend compte que l'Afrique a plusieurs facettes : ses beaux paysages, sa vitalité, son peuple chaleureux et accueillant, ses multiples opportunités tout comme ses vastes défis. Le site «Visiter l'Afrique» a donc été une évidence : il fallait montrer l'Afrique telle qu'elle est vraiment en





estereotipos, sin olvidar sus problemas, pero destacando sus oportunidades.

Visiterlafrique.com es una plataforma digital, interactiva y colaborativa, dedicada al turismo y la cultura en el continente africano. Los viajeros publican sus experiencias de viaje, la gente local comparte sus rutinas y nos dejan descubrir sus pueblos, ciudades y países, creando una comunidad donde la gente comparte sus experiencias en África, de este a oeste, de norte a sur y todo gracias a la colaboración y participación de apasionados de nuestro continente.

visiterlafrique.com es una plataforma digital, interactiva y colaborativa dedicada al turismo y al cultura sobre el continente africano

EAR: ¿Cuál es el perfil mayoritario de los visitantes de su WEB? ¿Podríamos decir que internet ha cogido fuerza en África?

DAN: Podríamos decir que crece con fuerza. La tasa de penetración de internet en la sociedad africana ha aumentado considerablemente, y tenemos una cultura digital muy dinámica, representada por 126 millones de usuarios en Facebook.

EAR: ¿Qué perspectivas tiene sobre el turismo en África?

DAN: Analizando las cifras de los últimos años, podemos ver que el continente acoge a un número cada vez más grande de turistas. Más allá de lugares punteros como Marruecos, Sudáfrica o Egipto, vemos que existen nuevos destinos como Botsuana o Etiopía que van acogiendo cada vez más turismo. Los países francófonos aún tienen mucho que mejorar, pero las medidas que se están tomando en Senegal o Costa de Marfil son muy prometedoras. Sin embargo, el turismo inter-africano debe desarrollarse aún más, comenzando por los altos precios de los billetes de avión y las políticas de visados.

repensant son image, loin des stéréotypes, sans nier ses problèmes, mais plutôt en mettant en avant ses atouts et ses opportunités.

Visiterlafrique.com est une plateforme numérique, interactive et collaborative, dédiée au tourisme et à la culture sur le continent africain. Des voyageurs y publient leurs carnets de bord. Des habitants racontent leur quotidien et nous font découvrir leur village, leur ville et leur pays. Tous partagent leurs bons plans ! «Visiter l'Afrique» couvre le continent d'Est en Ouest et du Nord au Sud, grâce à la collaboration et à la participation des passionnés de l'Afrique.

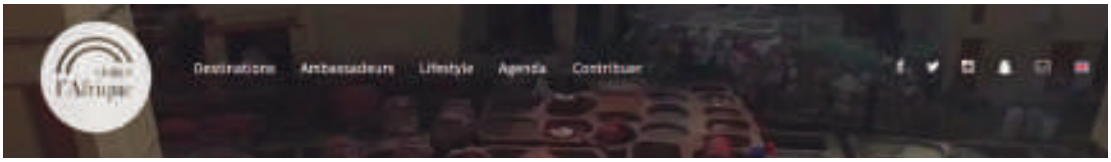
visiterlafrique.com est une plateforme numérique, interactive et collaborative, dédiée au tourisme et à la culture sur le continent africain

EAR : Peut-on dire que les africains sont autant connectés ou quels sont vos principaux visiteurs?

DAN : De plus en plus en tout cas. Le taux de pénétration d'internet est en forte progression et une culture digitale dynamique, illustrée par plus de 126 millions d'utilisateurs Facebook sur le continent, s'installe.

EAR : Quelles perspectives donnez-vous pour le tourisme en général en Afrique ?

DAN : Lorsque l'on observe les derniers chiffres, on se rend compte que le continent accueille toujours de plus en plus de touristes. Au-delà des destinations phares comme le Maroc, l'Afrique du sud ou encore l'Egypte... On découvre que de nouvelles destinations tirent leurs épingles du jeu comme le Botswana ou l'Ethiopie. Les pays francophones d'Afrique subsaharienne ont encore du mal à décoller mais les actions du Sénégal et de la Côte d'ivoire sont assez encourageantes. Cependant, le tourisme intra-africain doit être à développer, en commençant par les prix très excessifs des billets d'avion,



Aplaudo la medida de Benín de abrir sus fronteras a los demás países del continente. Debemos invertir también en infraestructuras clave así como el agua, transportes o electricidad. Los estados deben darse cuenta de la importancia de las nuevas tecnologías para convencer al turista y controlar la reputación que tienen online. Sin embargo, creo que los países han entendido que el turismo puede ser un motor para su economía y eso es muy esperanzador.

des politiques de Visa. Je salue l'initiative récente du Bénin d'ouvrir ses frontières aux pays du continent. Les pays doivent aussi investir dans les infrastructures clés : routes, transports, eau, électricité. Nos états doivent aussi prendre en compte l'importance des nouvelles technologies pour vendre leur destination ou du moins contrôler leur réputation en ligne. Cependant, je ressens que les pays du continent comprennent de plus en plus que le Tourisme peut être un moteur dans leur économie et cela est très encourageant.

La tasa de penetración de internet en la sociedad africana ha aumentado mucho y tenemos una cultura digital muy dinámica

Le taux de pénétration d'internet en Afrique est en forte progression et avec une culture digitale dynamique

EAR: Ha visitado más de 20 países africanos, ¿hay alguno que la haya impresionado especialmente?

EAR : Vous avez visité plus de 20 pays sur le continent africain, y a-t-il un qui vous a particulièrement marqué?

DAN: Sin ninguna duda, diría Sudán. Descubrí el país el año pasado. Estaba entre los 3 países que más deseaba ver del continente pero no había tenido ocasión de ir antes.

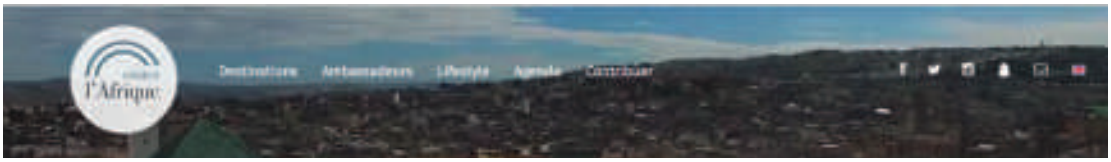
DAN : Sans aucune hésitation, le Soudan. J'ai découvert ce pays l'année dernière. C'était dans mon top 3 des pays à faire sur le continent mais je n'en avais jamais eu l'occasion.

EAR: Según usted, ¿qué políticas y medidas deberían tomar tanto las autoridades gubernamentales como las empresas privadas para fomentar el turismo en África?

EAR : Quelles sont selon vous les politiques que doivent mener les autorités publiques et les acteurs privées pour la promotion de la destination Afrique ?

DAN: Creo que en muchos países del continente las empresas privadas ya han comenzado a trabajar en ello. Los gobiernos deberían legislar a favor de ayudar y fomentar las medidas tomadas por las empresas del sector. De momento, lo más importante es que nuestros estados inviertan en infraestructura: carreteras, transporte, acceso al agua y electricidad. Revisar los altos precios de los visados, como por ejemplo en Camerún, donde el visado más barato es de 125 euros. Hacen falta también medidas contra la inseguridad, los estados deben ser transparentes para convencer a los turistas, pero, sobre todo, los estados deben concebir el turismo como una palanca para el desarrollo.

DAN : Je trouve que dans de nombreux pays du continent, les acteurs privés font déjà le travail. L'état devrait juste mettre en place des législations pour contrôler les actions mises en place par ceux-ci. Concernant maintenant nos états, ils doivent investir en infrastructures : routes, transport, accès à l'eau, électricité. Revoir dans certains les tarifs trop élevés de leur visa, comme le Cameroun dont le montant minimum est de 125 euros. Il faut aussi lutter contre l'insécurité, les états doivent être transparents, communiquer afin de rassurer les touristes. Et surtout les états doivent surtout prendre en compte le tourisme comme un levier de leur développement après le reste suivra.



Lorsque l'on observe les derniers chiffres, on se rend compte que le continent accueille toujours de plus en plus de touristes. Au-delà des destinations phares que nous connaissons

Lorsque l'on observe les derniers chiffres, on se rend compte que le continent accueille toujours de plus en plus de touristes. Au-delà des destinations phares que nous connaissons

EAR: Dejó de trabajar como editora en el prestigioso periódico francés «Le Monde» para volver a su país, Camerún, y empezar de cero. ¿Esto no suscitó dudas en usted?

DAN: No. Deseaba trabajar de acuerdo a mis convicciones. Deseaba también acercarme a mi país y crear junto a la juventud de éste el sueño camerunés. Quería, a través de mis acciones, inspirar a la juventud camerunesa y hacerles creer en su potencial. Quiero ser parte del cambio y poder contarlo de París a Montreal. Quiero vivir el cambio.

EAR: Ha sido incluida también en la lista de las 30 personas más influyentes del continente menores de 30 años por la revista Forbes-África. ¿Qué representa eso para usted?

DAN: Me hizo realmente feliz. Es un honor que grandes profesionales del sector reconozcan el duro esfuerzo que hemos llevado a cabo. Es una motivación para seguir, es algo que me da aún más ganas de superarme.

EAR: Aún siendo una joven emprendedora, ya ha podido compartir su experiencia con estudiantes de la universidad de Harvard. Háblenos de esta experiencia.

DAN: Fue una experiencia genial, un verdadero honor. La niña de 12 años que dejó su Douala natal para ir a vivir a un pequeño pueblo francés, no podía imaginarse que con 24 años estaría hablando en una de las universidades más prestigiosas del mundo. Al principio estaba algo nerviosa, pero rápidamente me sentí

EAR : Travailler comme éditrice au prestigieux journal français Le Monde et tout abandonner pour rejoindre son pays natal qui est le Cameroun et repartir à zero ; cela n'a pas suscité des doutes en vous ?

DAN : NON. Je souhaitais juste être en phase avec mes convictions. Je souhaitais être plus proche de mon pays, de ses enfants et créer avec ceux-ci le rêve camerounais. Je souhaite de par mes actions inspirée la jeunesse camerounaise et africaine au sens plus large à croire en son potentiel. Je veux être une part du changement et ne pas me contenter de narrer ce changement de Paris ou de Montréal. Je veux le vivre.

EAR : Vous avez aussi été sélectionnée parmi les 30 personnes de moins de 30 ans les plus influentes par Forbes Afrique- qu'est-ce que cela représente pour vous?

C'est un honneur d'être reconnue par des professionnels après des années de dur labeur. C'est encourageant pour la suite. Cela m'a donné encore plus envie de me dépasser. J'étais vraiment très et trop contente.

EAR : En tant que jeune entrepreneur vous avez partagé votre expérience avec des étudiants à l'Université de Havard, parlez-nous de cette expérience?

DAN : C'était génial ! Un réel honneur. La fille de 12 ans qui avait quitté Douala pour rejoindre un village au centre de la France, n'aurait pas imaginé qu'à 24 ans, elle parlerait dans la plus prestigieuse université au monde. J'étais un peu stressée au début mais très vite j'ai été à l'aise. J'étais contente de voir comment Visiterlafrique.

muy cómoda y contenta de ver la buena acogida de nuestra web por parte de la comunidad anglófona. Un mes después de la intervención en Harvard, lanzamos la web en inglés.

com était bien accueilli du côté anglophone. Un mois après cette intervention, nous lancions la version anglophone du site.

Me marché de Francia y dejé mi empleo porque deseaba trabajar de acuerdo a mis convicciones y deseaba también acercarme a mi país y crear junto a la juventud de éste el sueño camerunés

J'ai quitté la France et mon travail là-bas parce que Je souhaitais juste être en phase avec mes convictions et je souhaitais être plus proche de mon pays, de ses enfants et créer avec ceux-ci le rêve camerounais

EAR: ¿Qué piensa usted del rol que juega la diáspora africana en la promoción del turismo en África?

EAR : Que pensez-vous du rôle que peut jouer la Diaspora Africaine face à la promotion du tourisme en Afrique?

DAN: Es una gran embajadora del continente y debe tenerse en cuenta su rol como máquina de cambio. África no podría hacerse sin sus jóvenes.

Elle est ambassadrice du continent et elle doit prendre en considération son rôle de « changer maker ». L'Afrique ne se fera pas sans ses enfants.

EAR: Entrando en un tema más personal, ¿cómo lleva su vida privada con un trabajo que requiere tanto tiempo?

EAR : Une question un peu plus personnelle peut être – Comment alliez- vous votre vie personnelle avec un emploi du temps aussi chargé ?

DAN: Es algo difícil de gestionar. Estos últimos 4 años he priorizado mi vida profesional, pero al volver a vivir en Camerún, trato de priorizar lo esencial, es decir, mi gente. También he reducido mis viajes para poder compartir más tiempo con mi pareja.

DAN : C'est encore difficile pour moi de le faire. Ces 4 dernières années, j'ai privilégié le côté professionnel mais depuis que je suis rentrée vivre au Cameroun, j'essaie de me concentrer sur l'essentiel. C'est à dire mes proches, d'être assez présente. Je réduis aussi mes voyages pour être disponible pour mon amoureux.

EAR: ¿Qué mensaje mandaría a aquellos que nos leen en este momento, jóvenes, no tan jóvenes, africanos o amigos de África?

EAR : Quel message portez-vous à l'endroit de ceux qui vous lisent en ce moment, jeunes et moins jeunes africains et amis de l'Afrique?

DAN: La juventud (de 7 a 77 años) debe creer en el continente y su potencial. Como dijo Eleanor Roosevelt «el futuro pertenece a quienes creen en la belleza de sus sueños». Es importante creer en África para ser un agente del cambio.

DAN : La jeunesse (7 à 77 ans) doit croire en elle et en son potentiel. Comme disait Eleanor Roosevelt, le futur appartient à ceux qui croient à la beauté de leurs rêves. Il est important d'y croire pour être acteur de son devenir.

EAR: ¿Si fuera un color...?

EAR : Si vous étiez une couleur?

DAN: Verde esperanza.

DAN : Vert, couleur de l'espoir.

EAR: ¿Una canción?

EAR : Une chanson?

DAN: Henri Dikongué - Bulu Windi Tenge.

DAN : Henri Dikongué - Bulu Bo Windi Tenge.



Diane Audrey Ngako.

LA CONFERENCIA INTERNACIONAL



DE DESARROLLO AFRICANO DE TOKIO



TICAD

AVANZANDO EN LA AGENDA DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE ÁFRICA

El discurso dominante sobre la política de desarrollo en el continente africano tiende a presentar a China como el socio asiático por excelencia.
A pesar de que las relaciones del gigante asiático con la región son de una relevancia mayúscula, Japón ejerce, desde hace más de un siglo, un papel destacable en el continente africano. La cooperación entre el país nipón y África cuenta con una larga historia y surge en el marco de la revolución Meiji (finales del siglo XIX) con la que se va a buscar una apertura hacia el exterior orientada a conseguir una rápida modernización tecnológica y económica.

Por Malembe Dumont
@Malembewe





Shinzo Abe, Primer Ministro Japonés, en un discurso durante la Ticad 2016 en Nairobi- Kenia.

La cooperación entre Japón y África cuenta con una larga historia y surge en el marco de la revolución Meiji, a finales del siglo XIX

Dicho gesto, que tiene lugar tras la Conferencia de Berlín (1884-1885) y que se formula desde una perspectiva postcolonial, fue visto con gran alarma por el parlamento británico que, por aquel entonces, denunciaba una serie de prácticas «incorrectas» por parte de Japón (facilidades crediticias a exportaciones, subvenciones estatales, infravaloración del yen, bajo coste de la mano de obra, etc.). En palabras de Ángel Turco, «se decía de Japón entonces más o menos lo que hoy se denuncia de China en relación con el continente». Tras la II Guerra Mundial, continúan los acuerdos comerciales y surge el Programa Oficial de Ayuda al Desarrollo (AOD), que contó con un enorme éxito tanto en la esfera cultural como tecnológica. Sin embargo, es con los nuevos escenarios que se crean tras el fin de la Guerra Fría cuando se abre una nueva etapa en la cooperación nipoafricana gracias a la Conferencia Internacional de Tokio sobre el Desarrollo de África (TICAD en adelante), pues Japón se posiciona en primera línea de juego en lo que se refiere a los desafíos económicos y de desarrollo en el continente. Establecida en 1993 a iniciativa del gobierno japonés, la TICAD incluye una amplia gama de socios estratégicos y cinco coorganizadores: el Gobierno de Japón, la Comisión de la Unión Africana, la Oficina del Asesor Especial de las Naciones Unidas para África (OSSA), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y el Banco Mundial (BM).

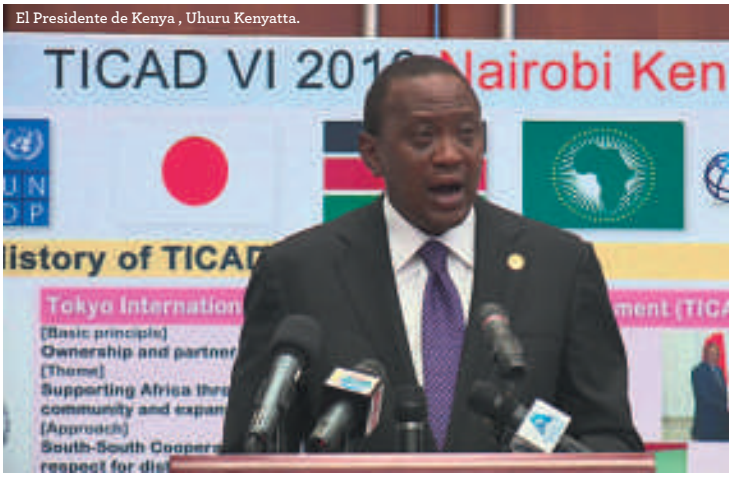
El encuentro entre ellos tiene lugar cada 5 años y sirve para poner sobre la mesa los temas más relevantes

para ambas partes. A lo largo de los últimos 20 años la TICAD se ha convertido en un importante foro mundial que, abierto y multilateral, se asienta bajo la convicción de que «los africanos deben ser los dueños de su desarrollo» y los principios de «apropiación africana» y de «asociación internacional». La colaboración con los diferentes socios estratégicos ya citados ha sido y es muy positiva, pues contribuye a incrementar la sensibilización sobre la importancia de las cuestiones africanas y a reconocer que la paz y el desarrollo mundiales serían imposibles sin el continente.

Objetivo y principales avances del foro

El objetivo del TICAD como foro de intermediación y cooperación es claro y conciso: sirve como instrumento en la facilitación y promoción de un diálogo político de alto nivel entre los líderes africanos y los asociados de desarrollo en África sobre cuestiones relacionadas con el crecimiento económico, el comercio y la inversión, el desarrollo sostenible, la seguridad humana, la paz, la estabilidad y el buen gobierno. Así mismo, al ser una asociación multilateral, promueve activamente la cooperación Sur-Sur y la triangular (en la que intervienen un país u organismo internacional que provee los recursos financieros, otro país

Tras la II Guerra Mundial continúan los acuerdos comerciales y surge el Programa Oficial de Ayuda al Desarrollo (AOD), que contó con un enorme éxito tanto en la esfera cultural como tecnológica



El Presidente de Kenya , Uhuru Kenyatta.




Nairobi, Kenya.

que provee los medios técnicos –el país pivote-, y un país beneficiario de los dos anteriores), sin dejar a un lado las fórmulas tradicionales.

En líneas generales, el devenir de las conferencias ha sido bastante positivo, a excepción del fracaso de la III TICAD en el año 2003, cuyo objetivo era el establecimiento de la Nueva Alianza para el Desarrollo de África (NEPAD). Este retroceso no ha frenado la tendencia positiva, siendo uno de los logros más destacables el Plan de Acción 2013- 2017 de Yokohama, uno de los documentos finales de la V Cumbre de la TICAD celebrada en la ciudad en mayo de 2013 bajo el lema «Mano a Mano por un África más Dinámica». El plan, supervisado por la OSAA, contiene más de 617 iniciativas concretas de desarrollo de instituciones africanas y socios para el desarrollo que se planea sean puestas en marcha a finales del presente año 2017. Algunos proyectos prioritarios promoverán la integración de las infraestructuras del continente, el conocimiento científico, la innovación tecnológica, la seguridad y el crecimiento de la producción agrícola, así como un mayor acceso de las mujeres a los sectores económicos. Además, contribuirá a la mejora en el acceso a la salud, a la seguridad alimentaria y a la lucha contra el cambio climático. El programa Abe Iniciative o la Iniciativa de Educación en Negocios Africana, otro de los resultados de dicha cumbre, ofrece oportunidades a jóvenes africanos de cursar estudios en universidades japonesas y de hacer prácticas en empresas nacionales.

La VI Cumbre TICAD

La sexta conferencia (TICAD VI) se celebró en el Centro Internacional de Convenciones Kenyatta (KICC), en Nairobi, del 27 al 28 de agosto del pasado año 2016. La reunión tuvo especial relevancia, pues es la primera vez que la TICAD tiene lugar en suelo africano, reforzándose de este modo los principios de «apropiación africana» y de «asociación internacional» que sustentan dicho foro. El encuentro tuvo un éxito abrumador pues reunió a 32 jefes de Estado y de g obierno de África, al primer ministro de Japón, a los coorganizadores y a más de 18.000 participantes acreditados, atrayendo a más de 300 altos ejecutivos de negocios, a 1.700 representantes empresariales de Japón y a 2.000 participantes de África. También se celebraron alrededor de 74 eventos paralelos antes y durante la cumbre. El foco de atención estuvo en el eslogan «Avanzando en la Agenda de Desarrollo Sostenible de África-Asociación TICAD para la Prosperidad», con el que se buscó atajar cuestiones pendientes de la Declaración y Plan de Acción de la Cumbre de Yokohama entre los que se encontraban el impulso del crecimiento económico, la aceleración de la construcción de infraestructuras y el desarrollo de capacidades, la potenciación de las explotaciones agrícolas como principal sector económico, la promoción de un crecimiento sostenible y resiliente, la creación de una sociedad inclusiva para el crecimiento, así como la consolidación de la paz, la estabilidad, la democracia y la buena gobernanza.

Establecida en 1993 a iniciativa del gobierno japonés, la TICAD incluye una amplia gama de socios estratégicos y cinco coorganizadores que son el Gobierno de Japón, la Comisión de la Unión Africana, la Oficina del Asesor Especial de las Naciones Unidas para África (OSSA), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y el Banco Mundial (BM)

De forma más especifica, el objetivo de la sesión fue discutir maneras concretas de utilizar la plataforma TICAD para promover y apoyar la estabilidad social en África, a través de tres áreas temáticas que reflejan los desafíos y oportunidades emergentes desde la TICAD-V del año 2013, así como las prioridades para el continente esbozadas tanto en la Agenda 2063 como en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. La promoción de la transformación económica estructural mediante la diversificación económica y la industrialización, el fomento de un sistema de salud flexible para aumentar la calidad de vida, y la promoción de la estabilidad social para la prosperidad compartida, conforman estos tres ámbitos centrales.

Compromisos para el desarrollo futuro de África

La Declaración de Nairobi, en la que se definen los nuevos compromisos contraídos con Japón para el desarrollo en África, fue el documento final de la TICAD-VI. Los esfuerzos programados buscan fomentar las inversiones, pues el país nipón realizara importantes aportes monetarios para el futuro del continente centrados en el desarrollo de infraestructuras de calidad, el establecimiento de sistemas de sanidad resistentes y la creación de las bases para la paz y la

estabilidad. Asimismo, el documento incluye el desarrollo de recursos humanos, previendo la formación de 10 millones de personas, pues se busca el empoderamiento africano aprovechando la fuerza de Japón. De hecho, en lo que se refiere a la diversificación e industrialización económica, se prevé que las infraestructuras de «calidad» sean el fundamento de la economía y que promuevan las actividades del sector privado como «núcleo». Otro de los compromisos derivados del foro es la promoción de la actividad del sector privado a través del desarrollo de recursos humanos y del incremento de la productividad, con la capacitación de 30.000 personas. La mejora del entorno empresarial con la contribución del sector privado será lanzada a través del Foro Público-Privado Japón-África, que busca fomentar el diálogo entre los dos sectores.

Japón viene perdiendo posiciones frente al resto de actores asiáticos presentes en el continente; no solo con respecto a China (se calcula que solo unos 8.000 japoneses viven en territorio africano, frente a aproximadamente 15.000 chinos), sino también frente a los Emiratos Árabes Unidos y a Arabia Saudí, sin olvidar a otros países BRICS como Rusia y Brasil. A pesar de ello, la «silenciosa» presencia nipona es de enorme relevancia pues, de encuentros como la TICAD, surgen iniciativas orientadas a hacer frente a los retos que supone, si se cumplen las previsiones, tener una población de 2.200 millones de personas en 2050. Las medidas orientadas al respeto al medio ambiente, así como las asociadas al desarrollo sostenible, tienen un papel protagonista y enlazan, a su vez, tanto con los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) como con otras iniciativas sobre la materia que se desarrollan actualmente en suelo africano, como por ejemplo la Gran Muralla Verde.

La TICAD se ha convertido en un importante foro mundial abierto y multilateral y se asienta bajo el lema «los africanos deben ser los dueños de su desarrollo»

A mi madre, por guiarme y enseñarme a ser fuerte y salir siempre adelante. Malembe Dumont.











Francia, el país de la libertad, de la igualdad y de la fraternidad, símbolo de tantos acontecimientos que han cambiado el curso de la historia contemporánea en todos los ámbitos, saca su fuerza de su composición multicultural y París es su capital. Es una de las ciudades más creativas y expresivas del continente europeo. En esta ocasión nos paramos para compartir el día a día de la comunidad de origen magrebí que forma parte de la población de la Ciudad de la Luz.

La France, le pays de la Liberté, l'Egalité et la Fraternité, ce symbole de tant de références historiques qui ont changé le cours de l'histoire contemporaine dans tous les domaines, tire sa force de sa composition multiculturelle et Paris en est sa capitale. Elle est l'une des plus créatives et expressives du continent Européen. Cette fois ci, nous nous arrêtons pour partager le quotidien de la communauté Magrébine qui fait partie de la population de la ville lumière.



Por Daria Skarzynska

Par Daria Skarzynska

Mess Messouda, 33 años, marroquí

Ella y su marido llegaron a Francia en el año 2000, principalmente por razones médicas. Al principio, el cambio fue relativamente fácil para ella puesto que ya conocía el país, habiendo nacido, y pasado su infancia hasta el último año de secundaria en Francia. Sin embargo, Mess esperaba encontrar un empleo rápidamente para hacer frente a sus necesidades. En cuanto a su marido, el traslado fue un verdadero sufrimiento puesto que a penas se desenvolvía con el idioma, y tampoco se hallaba en este nuevo contexto cultural y ambiental. Además, el dejar atrás a toda su familia siendo el único hijo varón también contribuyó a este sufrimiento.

Cuando le preguntamos si se siente integrada, esto fue lo que respondió: «Yo no diría que me siento especialmente integrada. Por otra parte me cuesta trabajo comprender el sentido profundo del término integración. Somos franceses, musulmanes y, visto el clima actual, parece difícil sentirse integrado sin concesión por parte de Francia. Sin embargo, tengo mi empleo, mi familia y me siento relativamente satisfecha. Vivimos dichosos con los altibajos inherentes a la vida.»

Mess Messouda, 33 ans, marocaine

Mess et son mari et sont arrivés en France en 2000 principalement à cause de raisons médicales. Au début, pour elle ça a été relativement facile, puisqu'elle connaissait déjà la France, ayant été née et ayant passé son enfance et suivi sa scolarité jusqu'en dernière année de collège. Mess appréhendait toutefois de pouvoir trouver un emploi rapidement pour subvenir à leurs besoins. Quant à son mari, il a véritablement souffert puisqu'il ne maîtrisait pas la langue, mais aussi parce qu'il ne se retrouvait pas du tout dans ce nouveau contexte culturel et environnemental. Ce n'était pas facile, d'autant qu'il laissait derrière lui toute sa famille et qu'il est le seul garçon de la fratrie.

Quand on lui demande si elle se sent intégrée, elle nous répond ceci : « Je ne dirais pas que je me sens spécialement intégrée. D'ailleurs, j'ai du mal à comprendre le sens profond de ce terme « intégration». Nous sommes français, musulmans. Vu le climat actuel, il semble difficile de se sentir intégrée sans concession par la France. Cependant, j'ai mon emploi, ma famille et je me sens relativement satisfaite. Nous vivons heureux, en traversant les hauts et les bas inhérents à la vie. »



AFRICANOS
POR EL MUNDO

AFRICAINS
AUTOUR DU MONDE

Lo que más echan en falta es la mentalidad, la generosidad y el calor humano de sus compatriotas

Lo que más echa en falta de su país de origen es la mentalidad, la simpatía, la generosidad y el calor humano de sus compatriotas. Las riquezas patrimoniales y geográficas son también fuente de grandes nostalgias. Ella se llevaría de Marruecos a Francia todas estas cosas que añora, pero, inversamente, también le gustaría poder llevarse a Marruecos el sistema sanitario, las infraestructuras (carreteras, autopistas, accesibilidad, transportes), un poco de orden, las facilidades administrativas y las de la vida cotidiana en general (tiempo libre, ocio, salidas, etc.).

Lo que menos le gusta de Francia son las mentalidades prefijadas, los prejuicios, y la reiterada falta de tolerancia, la carestía de la vida y el exceso de impuestos de todo tipo (de habitabilidad, sobre la renta, el impuesto de valor añadido, etc.).

Mess no tiene muchos más amigos marroquíes que franceses. Debido, ciertamente, según ella, a su entorno de trabajo y ambiente (trabaja en un hospital en la región parisina) y cuando se le plantea la pregunta de si quiere volver algún día a Marruecos y jubilarse, nos responde lo siguiente: «Sería un buen final: volver. Pero no veo cómo, por el momento. Pienso que haré como nuestros antecesores: volver a vivir en Marruecos cuando sea mayor. A día de hoy ese es mi deseo».


Yousef Tagham.

Ce qui leurs manque, c'est la mentalité, la générosité et la chaleur humaine de leurs compatriotes…

Ce qui leurs manque le plus de leur pays d'origine, c'est la mentalité, la sympathie, la générosité et la chaleur humaine de leurs compatriotes. Les richesses patrimoniales, géographiques sont aussi sources de grandes nostalgies. Ce qu'elle ramènerait du Maroc en France et vice versa c'est dans l'absolu tout ce qui lui manque depuis le Maroc vers la France. Inversement, elle ramènerait au Maroc : le système de santé, les infrastructures (routes, autoroute, accessibilité, transports), un peu d'ordre, les facilités administratives et celle de la vie quotidienne en général (loisirs, sorties, etc.)

Ce qui lui plaît le moins en France sont les mentalités toutes faites, les préjugés, le manque marquant de tolérance. La cherté de la vie, l'excès d'impôts de toutes sortes (foncier, taxe habitation, sur les revenus, d'aménagement, TVA, etc.)

Mess a un peu plus d'amis marocains que français. Certainement dû, selon elle à son environnement de travail (elle travaille en région parisienne, à l'hôpital). Lorsqu'on lui pose la question s'i elle pense retourner un jour au Maroc et y prendre sa retraite, elle nous dit ceci : « Ce serait une belle revanche d'y retourner mais je ne vois pas comment pour le moment. Je pense que je ferais comme nos anciens, retourner vivre au Maroc dans mes vieux jours. Au jour d'aujourd'hui, je le souhaite ainsi »

Yousef Tagham, 36 años, argelino

Yousef vino a Francia por sus estudios, la experiencia y el amor por viajar. Reconoce haber sido bien acogido por la familia y se ha sentido en su ambiente en París. Disfruta del teatro, de comer, salir, conocer gente y, simple y llanamente, de vivir.
En cuanto a la integración, piensa que los valores y prin-

Yousef Tagham, algérien, 36 ans

Youssef est venu en France pour les études, l'expérience, et l'amour du voyage. Il reconnaît avoir été bien accueilli par de la famille et s'est directement senti dans son élément à Paris, lui qui aime le théâtre, manger, sortir, rencontrer du monde, vivre complétement et simplement.

cipios ya adquiridos en el país de origen, su Argelia natal, han hecho que se sienta integrado en Francia desde el primer día, «unos valores universales que no están relacionados con el lugar de residencia». Echa en falta muchas cosas, pero las más importantes son la familia y los amigos que viven en Argel. «Añoro mucho el mar y a mi madre; las pequeñas salidas por Cabilia con mi padre, escuchando jazz y recorriendo la mágica costa mediterránea argelina».



Pour l'intégration, il pense que les valeurs et principes déjà acquis dans le pays d'origine son Algérie natale, ont fait qu'il s'est senti intégré dès le premier jour en France. Des valeurs universelles qui ne sont pas liés au lieu de résidence. Ce qui lui manque, principalement, c'est la famille et les amis, habitant à Alger. La mer et sa mère lui manquent beaucoup, les petites virées en Kabylie avec mon père écoutant du Jazz, empruntant la féerique côte méditerranéenne algérienne.

Lo que le ha llevado a Francia es la calidad de vida, el nivel de los estudios y de la formación, el encanto de este bello país (ha vivido nueve meses en la Costa Azul), vivir sus convicciones sin complejos, sin censura y de forma natural.

Ce qui l'amena en France est la qualité de vie, le niveau des études et de la formation, le charme de ce beau pays (ayant vécu neuf mois en Côte d'Azur), vivre ses convictions sans contraintes, sans censure et dénature.

Lo que podría hacerle volver a Argelia es la familia, solo la familia.

Ce qui pourrait le ramener en Algérie c'est la famille, rien que la famille et toute la famille.

En Francia disfruta de la cultura, la libertad, el país, la cocina, su situación geográfica (en el centro de Europa), la historia, los castillos, los teatros, la grandeza y, para acabar, la hospitalidad. Lo que no le gusta es el individualismo de las grandes metrópolis, la carestía de los alquileres en París, el metro, las huelgas, los conductores parisinos, la meteorología, y sin olvidar los fines de semana de dos días.

En France il aime la culture, la liberté, le pays, la cuisine, la situation géographique du pays (au centre de l'Europe), l'histoire, les châteaux, les théâtres, les fromages, la grandeur et pour finir l'hospitalité. Ce qu'il n'aime pas c'est l'individualisme des grandes métropoles, la cherté des loyers à Paris, le métro, la grève, les chauffeurs parisiens, la météo et sans oublier les weekends de deux jours.

Tiene amigos de todo tipo: franco argelinos, y argelino franceses, que son antes «amigos» que «originarios de».

Il a des amis de tout horizon, des français-algériens, des algériens-français, mais ils sont tous d'abord « amis » et puis « d'origine de...».

Para Youssef, los valores aprendidos en su Argelia natal, han hecho que se sienta integrado desde el primer día

Pour Youssef les valeurs et principes déjà acquis dans le pays d'origine son Algérie natale, ont fait qu'il s'est senti intégré le premier jour en France

¿Volverá a Argelia? Yousef nos responde que todo depende del proyecto profesional y personal, que en la vida todo es posible. Para poder jubilarse, debe cotizar primero. Objetivamente, el sueño sería jubilarse en Andalucía. Sueños aparte, el lugar de la jubilación depende de varios factores y espera pasar su jubilación viajando, en Francia, en Argelia, en Andalucía... etc.


Assia Menas.

Retournera-t-il en Algérie ? Youssef nous répond que tout dépend du projet professionnel et personnel, et dans la vie tout est possible. Pour la retraite, pour la prendre il faut qu'il cotise d'abord. Objectivement le rêve serait de prendre sa retraite en Andalousie, mais rêve à part, le lieu de retraite dépend de plusieurs facteurs, et il espère passer sa retraite en voyageant (en France, en Algérie et en Andalousie).

Assia Menas, 32 años, argelina

Tras sus estudios de ingeniería sus planes la llevaron a Francia para proseguir sus estudios en el campo de la farmacia y adquirir un doble grado, también por la facilidad del idioma.

Assia Menas, 32 ans, algérienne

Après ses études d'ingénieure, son choix s'est porté sur la France pour poursuivre ses études dans le domaine de la pharmacie et d'acquérir un double diplôme, mais également pour la facilité de la langue.

Extraño mucho las costas argelinas. Ir a la playa al salir de la universidad o del trabajo y relajarme frente al mar es muy agradable

Les côtes algériennes me manquent beaucoup également, aller à la plage en sortant de la fac ou du boulot et se poser en face de la mer, c'est très agréable

Su llegada a Francia fue un poco difícil, sobre todo por la añoranza de su familia. Se sintió también estresada a causa de las numerosas gestiones que se vio obligada a realizar. Tuvo un gran momento de duda en cuanto a la elección de su máster, pues cambiaba de especialidad y se salía de su trayectoria en el ámbito de los estudios. Actualmente, Assia trabaja en un puesto en CDI y, según ella, se encuentra bien arropada. Ha hecho muchos amigos, tiene sus pequeñas costumbres y recientemente ha obtenido la nacionalidad francesa. «Lo que echo de menos de mi país es, en primer lugar, a mi familia y diría que también la calidez del pueblo argelino; allí se puede abordar más fácilmente a la gente». Nos dice que también añora las costas argelinas. Ir a la playa al salir de la facultad o del trabajo y ponerse frente al mar es muy agradable.

A son arrivée en France, ce fut un peu difficile surtout par rapport à sa famille qui lui manquait beaucoup. Elle s'est également sentie stressée face aux nombreuses démarches administratives qu›il fallait effectuer. Il y a eu également un grand moment de doute quant à son choix de Master ,car elle changeait de voie et sortait de sa zone de confort niveau étude. Actuellement, Assia travaille avec un poste en CDI et est bien entourée selon elle. Elle s'est faite beaucoup d›amis, à ses petites habitudes et a récemment obtenu la nationalité française.

« Ce qui me manque de mon pays d›origine c›est ma famille en premier et je dirai aussi la chaleur du peuple algérien. Là bas on peut aborder les gens plus facilement. Les côtes algériennes me manquent beaucoup également, aller à la plage en sortant de la fac ou du boulot et se poser en face de la mer, c›est très agréable »

Según ella, si pudiese se llevaría el sol de Argelia para dar alegría y dar más calor a sus jornadas parisinas, además de mayor apertura de espíritu a los parisinos, y añade: «lo que más me gusta de Francia es la riqueza de la vida cultural. Siempre hay cosas para hacer, muchos espectáculos y museos para visitar. En Argelia, desgraciadamente, eso no está tan desarrollado.»

Lo que menos le gusta a Assia es la relación de los franceses con el dinero y la falta de lazos familiares. Nos explica que tiene algunos amigos argelinos que, como ella, han venido para acabar sus estudios en Francia. Sin embargo, la mayoría de sus amigos son franceses o de otros lugares y los ha conocido dentro del ámbito laboral o de las salidas con sus amigos. No descarta regresar un día a Argelia, un país rico donde quedan muchas cosas por hacer, y no diría que no si se le presentase una buena oportunidad.

Nous dit elle. Elle ramènerait le soleil d›Algérie pour égayer et apporter plus de chaleur à ses journées parisiennes et inversement plus d›ouverture d›esprit. Et rajoute « Ce que j›aime le plus en France, c›est la richesse de la vie culturelle, y a toujours des choses à faire, plein de spectacles, de musées à visiter. En Algérie malheureusement, ce n›est pas assez développé ».

Ce qu'Assia aime le moins, c›est le rapport des français avec l›argent et le manque de liens familiaux. Elle nous explique qu'elle a quelques amis algériens qui sont venus comme elle finir leurs études en France. En revanche, la majorité de ses amis sont français ou d›ailleurs et les a connu dans le cadre du boulot ou des sorties avec des potes. Elle n›écarte pas le fait de retourner un jour en Algérie, un pays riche où il reste beaucoup de choses à faire et ne dirait pas non si une belle opportunité se présentait.

Zola Menas, 36 años, argelina

Zola dejó Argelia ante la falta de posibilidades de evolución profesional y las dificultades para ejercer correctamente su profesión, lo que era frustrante para una persona ambiciosa como ella. Decidió entonces retomar sus estudios para reorientarse profesionalmente y llevar a cabo investigación médica en Francia, puesto que, debido a las incompatibilidades académicas, no puede ejercer la medicina. También huía de una mentalidad social que no era compatible con su modo de vida.

Zola nos dice: «al principio me sentí mal, pero me adapto muy rápido y soy una persona sociable. Tengo muchas ventajas al encontrarme en Francia y no en otro sitio, tanto por el idioma como por la presencia de algunos miembros de mi familia y amigos próximos, pero el cambio siempre es un poco difícil al inicio».

Le ha hecho falta poco tiempo para tener nuevos objetivos. Ahora todo va mucho mejor puesto que su situación es mucho más estable

Zola Menas, 36 ans, algérienne

Zola a quitté l'Algérie à cause du manque de possibilités d›évolution professionnelle et les difficultés d›exercer correctement son métier et estime que pour une personne ambitieuse, c›était frustrant. Alors elle a décidé de reprendre ses études pour se réorienter et faire de la recherche médicale en France car elle n›a pas le droit de pratiquer la médecine. Elle a aussi fui une mentalité sociale qu'elle ne trouvait pas adéquate à son mode de vie.


Zola Menas et Yousef Tagham.

« Au début, je me suis sentie mal. Je m›adapte très vite et je suis une personne sociable. J›ai beaucoup d›avantages à me trouver en France et non pas ailleurs : par rapport à la langue, la présence de certains membres de ma famille et des amis proches, une culture déjà familière mais le changement est toujours un peu difficile au début. » Affirme Zola.

Il lui a fallu un peu de temps pour avoir de nouveaux repères. Maintenant, tout va beaucoup mieux puisqu'elle est plus stable et possède les papiers qui l'autorisent à

y posee los papeles que le autorizan a permanecer en territorio francés durante un año. Zola se encuentra bien instalada y puede dedicarse a cumplir sus perspectivas y a disfrutar de la vida.

Me falta mi familia, mis amigos, ejercer como médico, el buen tiempo y el sol, tener tiempo libre y el sabor de las frutas y las verduras... bueno, quizás sean pequeños detalles pero, en cualquier parte, elegir conlleva siempre un pequeño sacrificio

Al plantearle la pregunta sobre su integración, nos hace saber que es una palabra que no le gusta mucho, pues no se ha sentido nunca apartada. La gente no le hace sentirse diferente, quizás porque es una chica blanca de piel, porque habla la misma lengua, comparte la misma actualidad y bastantes otros puntos comunes, pero el sistema y la administración le recuerdan constantemente que es extranjera.

Zola nos cuenta: « me faltan mi familia, mis amigos, ejercer como médico, el buen tiempo y el sol, tener tiempo libre y el sabor de las frutas y las verduras, etc. Bueno, quizás sean pequeños detalles pero, en cualquier parte, elegir conlleva siempre un pequeño sacrificio»

Se llevaría de Argelia a sus padres y estaría tranquila de tenerlos en un país desarrollado con un sistema sanitario puntero, sin olvidar la generosidad de la gente. De Francia a Argelia, la lista para ella se alarga, ya que es difícil la comparación dada la enorme distancia entre un país en desarrollo y una potencia económica e industrial como Francia. Según ella, las tres grandes prioridades serían la educación, la sanidad y la justicia, y piensa que Francia tiene valores sólidos.

Añade que lo mas importante para ella en Francia es un todo que se resume en el desarrollo, el acceso a los derechos, a la educación y a la cultura, el refinamiento de la gastronomía (panes y quesos para ella en particular) y las ayudas sociales, que son muy ventajosas en relación con otros países desarrollados. También el patrimonio francés: una buena unión que alía historia y diseño futurista, en lo que concierne a la arquitectura.

rester sur le territoire Français durant un an. Zola se voit bien installée et peut se consacrer à ses perspectives et profiter de la vie.

Ma famille, mes amis, exercer en tant que médecin et la saveur des fruits et légumes me manque beaucoup... mais quelque part faire un choix c›est toujours un petit sacrifice

A lui poser la question sur son intégration, elle nous fait savoir que c'est un mot qu'elle n'aime pas trop car elle ne s'est jamais sentie à l'écart. Les gens ne lui font pas ressentir la différence, peut-être parce qu'elle est une fille et blanche de peau, qu'elle parle la même langue, qu'elle partage la même actualité...bien d›autres points communs, mais le système et l›administration lui rappellent constamment qu'elle est étrangère.

« Il me manque ma famille, mes amis, exercer en tant que médecin, le beau temps et le soleil, avoir du temps libre et la saveur des fruits et légumes...Bon c›est peut être des petits détails mais quelque part faire un choix c›est toujours un petit sacrifice. », nous dit Zola.

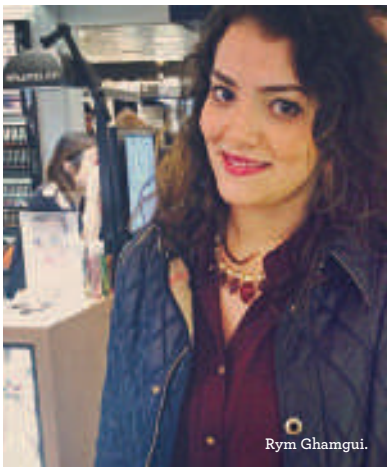
D›Algérie vers la France, elle ramènerait ses parents et serait tranquille de les savoir dans un pays développé qui a un système de santé très performant, sans oublier la générosité des gens. De la France vers l›Algérie, la liste risque d›être longue pour elle car il est difficile de comparer vu l'écart énorme entre un pays en développement et une puissance économique et industrielle comme la France. Selon elle, les trois grandes priorités seraient l'éducation, la santé et la justice et pense que la France a des valeurs solides.

Elle rajoute que le plus à l'hexagone, c'est un tout qui se résume par le développement, l'accessibilité aux droits, à l'éducation et à la culture... le raffinement de la gastronomie (pains, fromages en particulier pour sa part) et les aides sociales qui sont très avantageuses par rapport aux autres pays développés. La situation géographique aussi, c'est un bon carrefour qui allie histoire et design futuriste par exemple en ce qui concerne l'architecture.

Al preguntarle por aquello que menos le gusta nos responde: «desgraciadamente es delicado. La relación con la inmigración es una preocupación a nivel mundial y, la falta de apertura de mente en relación con ciertas amalgamas (asociadas a los orígenes y las religiones). Creo que se levantan muros y se separa a la gente en clases por criterios escandalosos, y eso hay que denunciarlo, pues se aleja de los valores de la República, lo que es una pena»

La mayoría de los amigos de Zola tienen la doble nacionalidad franco-argelina, mantiene contacto con personas llegadas a Francia antes que ella y cuenta entre sus amigos a miembros de su familia y amigos de diferentes orígenes.

Zola se siente llena de energía para trabajar y le gusta saber que la jubilación está demasiado lejos como para pensar en ello en este momento. Se plantea seriamente, si las cosas no cambian, vivir su jubilación en Francia o en otra parte dejando la puerta abierta a otras posibilidades.


Rym Ghamgui.

Rym Ghamgui, 25 ans, estudiante tunecina

Rym vino a Francia, a París concretamente, para terminar sus estudios de diseño de interiores, pues siempre fue su sueño estudiar en Francia, debido al nivel de educación superior en relación al de Túnez en lo que concierne a su profesión y a las mayores oportunidades profesionales.

El primer año no fue en absoluto fácil puesto que París le parecía demasiado grande y se sentía un poco perdida. Se encontraba cansada y deprimida debido a que pasaba mucho tiempo en el metro y le faltaba el sol. También le sorprendió la actitud de la gente, demasiado apresurada y bastante materialista.

Rym se rodeaba de compatriotas, pero desde hace un tiempo, ha añadido franceses y personas de otras nacionalidades a su larga lista de amigos, lo que le ha ayudado mucho a sentirse más integrada

« Le moins malheureusement c'est délicat, c'est un souci mondial en ce moment en rapport avec l'immigration justement, le manque d'ouverture d'esprit vis a vis de certaines amalgames (liés aux origines, religions). Je trouve qu'on dresse des murs et on sépare des classes de gens sur des critères scandaleux et il faut le dénoncer car ça éloigne des valeurs de la république. Ce qui est dommage! » Nous fait savoir Zola.

Zola a plus d'amis qui possèdent la double nationalité (franco-algérienne) et a gardé contact avec des personnes arrivées en France avant elle et compte parmi ses amis des membres de sa famille et des amis de différentes origines.

Mademoiselle Menas se sent pleine d'énergie pour travailler et aime savoir que la retraite est trop loin pour y penser maintenant. Sérieusement, si les choses ne changent pas, elle vivrait sa retraite en France où ailleurs, et laisse les portes ouvertes à d'autres possibilités.

Rym Ghamgui, Tunisienne, 25 ans, étudiante

Rym est venue en France, à Paris exactement, pour terminer ses études en Architecture d'Intérieur car ça a toujours été son rêve d'aller étudier en France dû, selon elle, au niveau d'éducation supérieur en France en ce qui concerne son domaine, et aux plus nombreuses possibilités professionnelles.

La première année n'était pas du tout évidente puisque Paris lui semblait trop grand, et elle se sentait un peu perdue. Elle se retrouvait fatiguée et déprimée du fait de passer beaucoup de temps dans le métro et le soleil lui manquait. Sa surprise était aussi de voir souvent l'attitude des gens qui étaient pressés et assez matérialistes.

Rym s'entourait de compatriotes mais maintenant elle compte à sa longue liste d'amis des français et d'autres nationalités, ce qui l'a beaucoup aidé à me sentir plus intégrée



Con sus palabras nos dice lo siguiente: «después de tres años, me va mucho mejor. Felizmente para mí, tengo a mi familia materna que me ha ayudado mucho; vivo en casa de mi tía y eso me ayuda económicamente, pues no podría vivir sola. Sin embargo, eso tiene algunos inconvenientes, ya que no estoy del todo en mi hogar y debo respetar las reglas de la casa.

Lo que más añoro es mi familia más cercana, mis padres, mi hermana y mi hermano, que están en Túnez. Voy con frecuencia a Túnez, sobre todo en vacaciones de verano. También echo de menos el lujo que me suponía mi coche, por ejemplo, que no lo tengo aquí. La vida en París es cara e, incluso si dispongo de medios, los precios me parecen exagerados: visitas a los museos, restaurantes, vestimenta... todo, a decir verdad».

Lo que le gustaría traer a París es a sus padres. Lo que más aprecia es su evolución en la vida profesional y, lo que menos, el estrés de la vida diaria. Rym se rodeaba de compatriotas. Ahora, entre su larga lista de amigos, cuenta con franceses y de otras nacionalidades, lo que la ha ayudado mucho a sentirse más integrada. Rym piensa volver a Túnez, pero no enseguida, quizás tras algunos años de experiencia. Reconoce también que la situación en su país ha sido muy difícil tras la Primavera árabe y los atentados en Túnez.

A Travers ses mots elle nous dit ceci : « Mais après trois ans c'est beaucoup mieux. Heureusement pour moi j'ai ma famille maternelle qui m'a beaucoup aidé, j'habite chez ma tante et cela m'aide économiquement, je ne pourrais pas vivre toute seule. Par contre, ça a un peu des inconvénients, vu que je ne suis pas tout à fait chez moi, et je dois respecter les règles de la maison.

Ce qui me manque le plus c'est d'abord ma famille proche, mes parents, ma sœur et mon frère qui sont en Tunisie. Je pars assez souvent en Tunisie, surtout pour les vacances d'été. Il me manque aussi le luxe que j'avais avant que je ne trouve plus ici, comme ma voiture par exemple. La vie à Paris est chère, et même si j'ai certains moyens, les prix à Paris me semblent exagérés : sorties aux musées, restaurants, vêtements, tout à vrai dire »

Ce qu'elle voudrait ramener à Paris ce sont ses parents. Elle apprécie l'évolution dans la vie professionnelle en général et la vie quotidienne moins stressante. Rym s'entourait de compatriotes, mais elle compte maintenant à sa longue liste d'amis des français et d›autres nationalités, ce qui l›a beaucoup aidé à se sentir plus intégrée. Rym pense retourner à Tunis mais pas tout de suite, après quelques années d›expérience peut être. Elle reconnaît aussi ça a été très difficile après la révolution arabe et les attentats à Tunis.

DIM VOYAGES

Située en Afrique de l'ouest sur le Golfe de Guinée. La Côte d'Ivoire, est entourée par le Libéria, la Guinée, le Mali, le Burkina Faso et le Ghana. 23 millions d'habitants en 2014 occupent les 322 462 km² constituant son territoire. Colonie française, la Cote d'Ivoire est devenue indépendante le 07 aout 1960.

C'est une république dirigée par un gouvernement démocratique. La capitale politique est Yamoussoukro et la capitale économique demeure Abidjan. De l'époque coloniale, la Cote d'Ivoire a conservé le français devenu la langue officielle ainsi que les systèmes administratifs, juridiques et éducatifs.

La Cote d'Ivoire vous invite également à profiter de la quiétude et de la beauté de ses parcs et jardins. Elle nous propose aussi de découvrir toute la richesse de sa culture et de son patrimoine.

C'est dans cette optique que votre conseiller en voyage, DIM VOYAGES spécialisée dans le tourisme et la conception des circuits touristiques vous permettra de mieux connaitre l'histoire, la géographie, les traditions et les valeurs culturelles de notre chère Côte d'Ivoire.

Avec DIM VOYAGES, le tourisme devient un facteur important de rapprochement des peuples et est dotée d'une diversité touristique.

- TOURISME CULTUREL
- TOURISME BALNEAIRE
- ECOTOURIME & AGROTOURISME
- TOURISME RELIGIEUX
- TOURISME D'AFFAIRES
- TOURISME DE BIEN-ETRE





Rue CNPS, II plateaux Angré 8 éme
Tranche 06 BP 1303 ABIDJAN 06
+225 22 50 46 78
info@dimvoyages.net

http://www.dimvoyages.net/



PRINCESSE MONIA

Y EL «TCHIN TCHIN DJINLIN» QUE SUBE COMO LA ESPUMA

Princesse Monia es su nombre artístico pero refleja también su estatus social. Yoboué Yah Nina Larissa es realmente una princesa ya que es hija Nana Yoboué Koua del rey de Affery, en la región de Bongouanou de Costa de Marfil.

Princesse Monia est son nom d'artiste, mais reflète aussi son statut social. Yoboué Yah Nina Larissa de par sa descendance est réellement une princesse puisqu'elle est la fille Nana Yoboué Koua du Roi d'Affery, dans la région de Bongouanou de la Côte d'Ivoire.

Franck Olivier Kra
@franckokra



Franck Olivier Kra
@franckokra

PRINCESSE MONIA, LE « TCHIN TCHIN DJINLIN » QUI MONTE EN PUISSANCE



Ebiz Africa Review (EAR): Princesa Monia, imaginamos que este es tu nombre de artista pero, ¿cuál es tu nombre real y por qué Princesse Monia?

Princesse Monia: Efectivamente, Princesse Monia es mi nombre artístico, mi nombre real es Yoboué Yah Nina Larissa. Princesse Monia porque mi padre es el rey de una de las más importantes regiones de Costa de Marfil, el pueblo Akan (la etnia que supone el 44% de la población marfileña, originarios de Ghana). Mi padre me sugirió este nombre artístico cuando empezaba mi carrera musical. Le costó mucho entender que su querida hija no iba a ejercer una carrera como funcionaria.

EAR: ¿Cómo llegó la música a ti? ¿Cómo describirías tu estilo musical?

PM: Diría que la música nació en mi. Mis padres me quitaron la llave de mi habitación porque me escapaba por las noches para cantar en el patio familiar. Mi estilo se basa en la variedad de ritmos africanos y como me encanta ver a la gente feliz, mis canciones son muy rítmicas para hacer bailar a la gente.

Ebiz Africa Rview (EAR) : Princesse Monia, nous imaginons que ceci est votre nom d'artiste, quelle est votre nom à l'état civil et pourquoi Princesse Monia?

Princesse Monia : Oui effectivement princesse Monia est mon d'artiste, mon nom à l'état civil est Yoboué Yah Nina Larissa.
Princesse Monia parce que mon père est Roi d'une des régions les plus importantes de la république de Côte d'Ivoire au pays Akan (le peuple qui fait 44 pourcent de la population ivoirienne qui a son origine au Ghana). Mon père m'a donné ce nom d'artiste quand je devais embrasser ma carrière musicale, après mes études. Je souligne qu'il s'y est opposé au début en se faisant l'idée que sa fille qu'il aimait tant ne parviendrait plus à exercer une carrière de fonctionnaire.

EAR : Comment êtes-vous arrivée à la musique et comment se nomme votre style?

P.M. : Je dirai que la musique est **née en** moi, je ne suis pas arrivée à la musique. Mes parents retiraient la clé de ma chambre parce qu'il arrivait que je de disparaisse tard la nuit pour aller chanter des mélodies dans la cour familiale.

Je chante la variété africaine et comme j'adore voire l'être humain en état de joie, mes chansons et ma musique sont rythmées et font beaucoup bouger.

Costa de Marfil será siempre mi base y mi fuente de inspiración para enriquecer mi repertorio musical... y darme a conocer fuera de África y ésto forma parte de mi plan de carrera artística

EAR: En Costa de Marfil abundan los ritmos musicales, como el Zouglou o el Coupé Décalé, que están creando una referencia a nivel internacional. ¿Cómo piensas hacerte un hueco en esto del «show business»?

PM: Después de componer mis canciones, hacía falta estudiar y encontrar un ritmo y unos pasos de baile que se adaptaran a otros ritmos musicales lugareños. Los bauticé como Tango Tango. No son pasos diseñados para bailar el Zouglou o el Coupé Décale, son unos pasos muy sencillos que cualquier persona, incluso de otros países, podría aprender fácilmente.

EAR: ¿Cuánto tiempo has tardado en crear tu propio estilo y como lo ha recibido el público?

PM: Llevo 6 discos publicados que grabé siendo estudiante y no pude darles promoción. Empecé mi «despegue» en 2015 y el público ha acogido muy bien mi estilo a través de las emisiones de mis videos en la televisión marfileña en canales como Tonnere, Tempo, Music Actu, etc.

La Côte d'Ivoire restera toujours ma base et ma source d'inspiration pour enrichir d'avantage mon répertoire musical...et connaître d'autres pays hors de l'Afrique fait partie de mon plan de carrière artistique

EAR : La Côte d'Ivoire regorge de beaucoup de rythmes musicaux tels que le Zouglou, le Coupé décalé etc. et reste une référence au niveau international. Comment pensez-vous vous faire une place dans ce monde du show biz?

P.M. : Après la composition de mes chansons, il fallait étudier et trouver un rythme et des pas de danse qui s'adaptent aux autres rythmes locaux, que j'ai baptisé Tango Tango (ivresse de joie). Ces pas de danse peuvent se pratiquer pour danser le Coupé Décalé, le Zouglou etc. Je confirme que même les ressortissants des autres continents peuvent danser facilement le Tango Tango.

EAR : Depuis combien de temps a été lancé votre style et comment le publique l'a-t-il accueilli?

P.M. : Jai à mon actif plus de 6 Cds, mais étant étudiante je n'avais pas pu faire leurs promotions. Après mes études, j'ai entamé mon décollage en 2015 et le publique à très bien apprécié mon style à travers les émissions télévisées Ivoiriennes tel que Tonnere, Tempo, Music actu. et sur Canal International.





Mi estilo de baile puede adaptarse a varios ritmos tanto africanos, europeos de como otros continentes

EAR: ¿Cuáles son tus planes para lanzar tu carrera en la escena africana e, incluso, más allá de las fronteras del continente?

PM: Ya que mi estilo de baile puede adaptarse a otros ritmos más allá de los africanos, mi idea es elegir una capital europea como punto de arranque para triunfar. Costa de Marfil estará siempre en mi corazón y será mi fuente de inspiración para enriquecer mi estilo musical. Sí me preguntaran por qué España, diría que porque vivo enamorada de su cultura, su clima y su fútbol.

Ya es hora que el reconocimiento de la mujer como ser igual al hombre sea efectivo

EAR: Háblanos de tus letras y de lo que hablas en ellas y del papel que tienen las mujeres en ellas.

PM: Hablo de las cosas esenciales de la vida como el amor, la salud, la felicidad y la paz. A través de mis canciones trato de hablar también, por supuesto, de temas más tristes como la pobreza, la traición o la hipocresía de la gente. No me vale con denunciar los males de la sociedad, intento que mi música sea una terapia para los que la escuchan.

Mon style de danse peut s'adapter à plusieurs rythmes aussi bien africain, européen ou d'autres continents

EAR : Quels sont vos plans pour vous hisser sur la scène Africaine et au-delà de ses frontières?

P.M. : Puisque mon style de danse peut s'adapter à plusieurs rythmes aussi bien africain, européen, américain etc, mon ambition c'est de choisir comme point de départ une capitale occidentale pour me faire connaitre. La Côte d'Ivoire restera toujours ma base et ma source d'inspiration pour enrichir d'avantage mon répertoire musical. Vous me demanderez pourquoi l'Espagne ? Je vous dirai parce que je suis fascinée par sa culture, son climat et son football.

Il est temps que l'égalité entre l'homme et la femme soit réelle

EAR : Parlez-nous des sujets que vous développez dans vos chansons et votre musique et quelle est la place de la femme?

P.M. : Je prône les choses essentielles de la vie telle que l'amour, la santé, la joie et la paix. A travers mes chansons, je touche bien entendu les sujets brûlants de la société qui sont la pauvreté, la trahison, l'hypocrisie des gens. Je ne me contente pas de dénoncer les maux de la société mais j'apporte des « thérapies » à travers mes textes et ma musique.



Fotograma del rodaje del video clip «Tchin tchindjinlin» / Photogramme du dernier tournage du Video clip « Tchin Tchin djinlin ».

Dios dio a las mujeres el don de la creación, queriendo diferenciar al hombre de la mujer y, además, vemos a las mujeres cada día más, ocupando más cargos de responsabilidad más allá de ejercer como madres de familia. Va siendo hora de que la lucha por la igualdad entre hombres y mujeres sea efectiva.

EAR: ¿Has encontrado problemas para empezar tu carrera?

PM: Como en cualquier negocio o trabajo, los comienzos siempre son difíciles, pero es el poder superar estas dificultades lo que nos motiva a seguir adelante.

Mi estilo es el Tchin Tchin Djinlin que he creado para divertirse y que llamo el baile de los quieren avanzar

EAR: ¿Cómo ves la industria musical en Costa de Marfil?

PM: Con la nueva organización del Burida (Oficina Marfileña de Derechos de Autor) se ha conseguido que los artistas del país hayan podido empezar a vivir de su arte.

Dieu a donné à la femme le secret de la procréation en voulant mettre la différence entre l'homme et la femme. En plus de cela, elle lutte pour s'affirmer, occupe des postes de responsabilité et est la charpente de la famille. Il est temps que la reconnaissance de la femme comme être égal à l'homme soit effective.

EAR : Avez-vous rencontré des difficultés au début de votre carrière?

P.M. : Comme toute **œuvre** humaine tout début est difficile. Mais c'est pouvoir surmonter ces difficultés qui nous pousse de l'avant.

Il est temps que la reconnaissance de la femme comme être égal à l'homme soit effective

EAR : Comment trouvez-vous l'industrie musicale en Côte d'ivoire?

P.M. : Avec la nouvelle organisation que le Burida (Bureau Ivoirien des Droits d'Auteurs) a mise en place, les artistes ivoiriens peuvent commencer à vivre de leurs art.





EAR: Háblanos de tu vida personal. ¿Estás casada o soltera?

PM: Hay un hombre en mi vida que me ama, y le gusta mucho tanto mi trabajo en la música como fuera de ésta dirigiendo un grupo de empresas.

Mi estilo es el Tchin Tchin Djinlin, que he creado para que la gente se divierta y que llamo «el baile de aquellos que quieren avanzar»

EAR: ¿Cuál es tu pasatiempo favorito?

PM: Sin la música no existiría, así que bebo los vientos por ella.

EAR: Sí fueses un monumento o un personaje, ¿cuál elegirías?

PM: Me gustaría parecerme a la virgen María que hizo que su hijo fuese el salvador de la humanidad.

EAR: ¿Qué mensaje mandarías a los lectores de eBiz Africa Review tanto de África como del resto del mundo?

PM: Les deseo salud y éxito en sus vidas. Los animo a seguir leyendo la revista y, les pido que hagan un hueco en sus corazones para Princesse Monia, que promete de aquí en adelante una nueva manera de entender la música: el Tchin Tchin Djinlin, el baile de aquellos que quieren avancer.

EAR : Parlez-nous de votre vie personnelle, vous êtes mariée, célibataire?

J'ai un homme dans ma vie qui m'aime beaucoup et aime ce que je fais, et en dehors de la musique je suis chef d'un groupe d'entreprises privées.

Mon style est le Tchin Tchin Djinlin que j'ai créé pour se divertir et que j'appelle est la danse de ceux qui veulent avancer

EAR : Quel est votre hobbie préféré?

P.M. : Sans la musique je n'existe pas, je veux respirer la musique

EAR : Si vous étiez un monument, lequel seriez-vous?

P.M. : Je veux ressembler à la vierge Marie, celle qui a donné son fils sauveur de toute l'humanité.

EAR : Quel message portez-vous aux lecteurs de eBiz Africa Review (EAR) aussi bien en Afrique que dans le reste du monde?

P.M. : A tous les lecteurs d'eBiz Africa Review (EAR) je vous souhaite santé et réussite en toute entreprise ; aussi je leurs demande de continuer de lire et faire relire le journal eBiz Africa Review (EAR). Surtout je leurs demande de faire une place dans leurs cœurs pour la Princesse Monia, qui promet désormais de leurs apporter une nouvelle façon de vivre pleinement de nouveaux sons : du Tchin Tchin Djinlin qui est la danse de ceux qui veulent avancer.



Fotograma del «Tchin tchindjinlin» / Photogramme du « Tchin Tchin djinlin" ».



V.E. CHARLES R. BANDA

MINISTRO DE TURISMO Y DE LAS ARTES DE ZAMBIA

INTERVIEW WITH HON. CHARLES R. BANDA, MINISTER OF TOURISM & ARTS OF ZAMBIA

Entre los invitados ilustres que acogió la edición de 2017 de FITUR, la Feria Internacional de Turismo de España, en Madrid, se encontraba V. E. Charles Banda, ministro de Turismo y de las Artes de Zambia, con quien pudimos discutir sus estrategias sectoriales y las actividades que lleva a cabo su departamento para promover el turismo en Zambia.

The Minister of Tourism and Arts of Zambia, H. E. Charles Banda, was among the distinguished attendees being present at this year's Spain International Tourism Trade Faire (FITUR). In Madrid, we discussed, the strategy and the activities carried out by his ministry in order to promote tourism in Zambia.

Por Franck Olivier Kra
@franckokra

By Franck Olivier Kra
@franckokra



N.B
@NioushaB

N.B
@NioushaB



EAR: Señor ministro, por todos es reconocido el enorme potencial turístico que tiene su país. Teniendo en cuenta ese potencial, ¿qué espera de esta edición de FITUR 2017? ¿Qué puede aportar Zambia a FITUR y que espera su país llevarse de este evento?

EAR: H. E. M. Banda, there is a great consensus on the gargantuan touristic potential that your country has. Bearing this in mind, what are your expectations on that 2017 FITUR edition? ¿What Zambia can bring to FITUR and what are you hopping to bring along with you from this experience?

CB: Tanto mi delegación como yo mismo estamos muy emocionados y contentos de formar parte de esta edición de FITUR 2017, ya que es una plataforma de aprendizaje formidable. Zambia, como la mayoría de países, considera el turismo como un medio para sacar a su población de la pobreza, así como un sector en el cual los individuos pueden encontrar ocupaciones que les permitan sostenerse.

CB: My delegation and I are very excited and happy to be at the 2017 FITUR edition that we consider as a window for learning. Zambia, as most countries, considers tourism as a means to lead its people out of poverty, a sector where the people can find a long-term occupation to sustain themselves.

Nosotros, como país en desarrollo, hemos llegado a comprobar que si empoderamos a nuestra gente, ésta consigue escapar más rápido de la pobreza. Ese empoderamiento se logra formándoles en habilidades y conocimientos y dándoles ocupaciones que mejoren su calidad de vida a través de la creación de puestos de trabajo. Una de las formas de llegar a eso es a través de turismo y, para ello, debemos proveer al sector de las herramientas necesarias acompañándolo de un buen marketing que atraiga a un mayor número de turistas.

We, members of the developing world, have come to realize that, if we empower our people, it makes them come quicker out of from the poverty level. This empowerment is obtained by providing them with skills, by making them busy through jobs that improve their livelihood. We can do that by attracting tourists to the country and that it would only be possible with good marketing, which would make potential visitors know what is offered in the country to visit.



En compañía de V.E. Charles Banda en Fitur 2017 / In Company of H.E, Charles Banda in Fitur 2017.

Lo que hemos aprendido aquí en FITUR es que aunque muchos exhibidores tienen distintas ofertas turísticas que ofrecer, muchas veces dejan de lado algunos segmentos o actividades. El turismo se divide en muchos sectores y en Zambia, por ejemplo, hay multitud de oferta que va allá de las cataratas Victoria. Tenemos, sin ir más lejos, una naturaleza muy atractiva, sobre todo a nivel de la fauna, con más de 20 parques nacionales muy activos. Debemos hablar también de la cultura, de forma de vida de nuestro país; tenemos que dar a conocer nuestra historia, cómo nos convertimos en el país que somos, para valorizarlo como atractivo turístico. El país presenta una oferta diversificada en lo que a turismo se refiere que debemos dar a conocer.

What we have learnt here in FITUR is that although many exhibiting countries have different things to offer, they are moving in a direction which leaves unattended segments and a lot of potential activities that are left behind. Tourism has got a lot of segments. In Zambia, for example, we have wildlife to offer: 20 national parks that are very active. we should present these other opportunities in the tourism sector and not only talk about the Victoria Falls. We should go beyond that and talk about our way of life, about how people live where we come from. Our history and how we became the country that we currently are is also a touristic opportunity. We have a very diversified offer in Zambia, as far as tourism is concerned, and we have to show it to the world.

EAR: ¿Cuáles son las estrategias específicas y planes de acción para crear bienestar y hacer que los ciudadanos formen parte de la economía y el turismo a una escala local? ¿Cuáles son las estrategias de comunicación para atraer el turismo en Zambia?

EAR: What is the specific strategy and action plan to create wealth and make the people take part in the economy and in tourism on a local level? What are the communication strategies to attract tourists to visit Zambia that you are implementing?

Queremos identificar, en primer lugar, lo que somos capaces de ofrecer. El siguiente paso será publicitarlo e invertir. Tenemos que cautivar a nuestra audiencia, a la cual invitamos a visitar Zambia

We want to identify first of all what we are able to offer. The next step will be to market and advertise it because, in order to make money, you have to invest it first. We have to seize the target and seduce the audience that we want to attract into Zambia

Ministry of Tourism and Arts

Republic of Zambia













Welcome to Zambia

Blessed with awe-inspiring natural wonders, an abundance of wildlife, huge water bodies and vast open spaces, Zambia offers unforgettable holidays exploring the real Africa.

http://www.mota.gov.zm/





CB: Hoy en día estamos trabajando en una estrategia turística a través de la ayuda de la Unión Europea. Queremos identificar, en primer lugar, lo que somos capaces de ofrecer. El siguiente paso será publicitarlo e invertir. Tenemos que cautivar a nuestra audiencia, a la cual invitamos a visitar Zambia.

C.B.: We are currently working on a tourism strategy through the help of the European Union. We want to identify first of all what we are able to offer. The next step will be to market and advertise it because, in order to make money, you have to invest it first. We have to seize the target and seduce the audience that we want to attract into Zambia.

En eso existen dos vertientes. Tenemos que centrarnos en el turismo doméstico primero, puesto que los zambianos deberían saber de dónde vienen y conocer su historia. Antes de invitar a turistas extranjeros, debemos conocernos a nosotros mismos. El primer turista debe ser el local, visitando las cataratas Victoria en vez de solo hablar de ellas. Como mencioné anteriormente, tenemos 20 parques nacionales, y 36 reservas naturales para la conservación de la fauna local. Un zambiano debería ser capaz de visitar estos lugares para comprender la importancia de lo que tiene su país y aprender a contribuir y a cuidar de estos atributos.

We have then two aspects. We have to focus on domestic tourism first and foremost, because Zambians should know where they come from and they should know their history. Before we invite tourists from abroad we should know ourselves. The first tourist should be the local person who should go and visit the Victoria Falls and not talking about them without having seen them. As I mentioned, we have 20 national parks and 36 game areas for wildlife. Every Zambian should be able to visit those sites to understand the importance of what they have and how to contribute to preserve them.

Es por esto que en nuestro plan estratégico afirmamos que "debemos desarrollar un turismo a un nivel que nos permita generar interés en Zambia y en su gente, para poder atraer a un mayor número de turistas extranjeros".

That is why, in our strategic plan, we say, "let us develop tourism to a level where we are going to generate first and foremost the interest of the Zambian people and, then, we can generate interest in foreign tourists that we want to attract."

Poseemos ya distintos mercados extranjeros como aquellos de Europa o América, pero uno de nuestros objetivos es el mercado de China. Sabemos que 120 millones de chinos al año viajan por el mundo como turistas. La idea es entrar en este mercado encontrando estrategias que atraigan a estos turistas. Este concepto se aplica también a los turistas que provienen de Corea del Sur, que también viajan por el mundo. India es otro de nuestros objetivos. Queremos sacarle provecho a las personas que viajan a Europa y sabemos que 75,3 millones de turistas fueron a España el último año. La idea es capturar a estos turistas a través de un fuerte plan de acción, y lograr que vengan a Zambia.

We already have the attention of some foreign markets as the American and the European ones, and one of our targets is the Chinese market. We know that 120 million Chinese are on the move per year as tourists. The idea is to get into that market finding the strategies to make the Chinese to come to Zambia. The same goes for South Korea, because we know that South Koreans are travelling throughout the world. India is also part of our target. We also want to take advantage of the people travelling to Europe and we are aware that 75.3 million tourists came to Spain last year. The strategy here is how to make these tourists come to Zambia through an efficient and strong action plan.

Nuestra proyección a día de hoy para 2017 es de 1.380.000 visitantes y queremos aumentar este número con forme transcurran los años. España, con sus más de 75 millones de turistas internacional es un ejemplo para nosotros

Our projection now is 1,380,000 visitors for 2017 and we are still going to raise this number even more. Take the example of Spain, which alone received 75 million visitors the last year

Zambia tiene una población de 15 millones de habitantes y nuestra meta es que al menos 5 de ellos se conviertan en turistas nacionales, a la vez que alcanzamos los 2 ó 3 millones de visitantes extranjeros. Sería un muy buen comienzo

Zambia has got a population of 15 million people and our aim is to make at least 5 million national visitors discover our country and reach 2 or 3 million foreign visits. It would be a very good start

Para lograr dichas metas, estamos invirtiendo en en el desarrollo de buenas estrategias. Cuando el público sepa más sobre Zambia, podremos crear un mercado más estable a través de una campaña interactiva, que garantice un número de turistas permanente cada año, para de esta manera generar un mayor flujo de capital y crear más puestos de trabajo.

To achieve that, we have to spend a lot of money in strategy development. When the public know more about Zambia, we can create a permanent market through an interactive campaign generating a permanent number of tourists coming to Zambia year in, year out. In this way, we can generate income and we can generate employment.

EAR: Aproximadamente, ¿cuántos visitantes individuales recibe Zambia cada año, tanto a nivel nacional como internacional?

EAR: How many individual visitors do you receive in Zambia per year at the national and international level?

C.B.: A lo largo del año 2015 el país acogió a 950.000 turistas, que crecieron hasta los 1.118.000 en 2016. No hay que dejar de tener en cuenta que el turismo sigue siendo un sector en desarrollo en Zambia y pretendemos incrementar estas cifras año tras año.

C.B.: You have to bear in mind that, in Zambia, tourism is a growing industry and we aim at increasing the numbers in the coming years. In 2015 we had 945,000 visitors in Zambia and by 2016 this number had increased till 1,118,000 international tourists.

Nuestra proyección a día de hoy para 2017 es de 1.380.000 visitantes y queremos aumentar este número con forme transcurran los años. España, con sus más de 75 millones de turistas internacional es un ejemplo para nosotros. Sabiendo que 120 millones de chinos viajan por el mundo en calidad de turistas, ¿por qué no podríamos conseguir que tan sólo un millón de ellos vengan a Zambia?

Our projection now is 1,380,000 visitors for 2017 and we are still going to raise this number even more. Take the example of Spain, which alone received 75 million visitors the last year. You can see the difference in numbers. We know that China alone has got 120 million people traveling throughout the world every year so, why can't we get a million of them to visit Zambia?

En lo que a los visitantes locales se refiere y cogiendo las cataratas Victoria como ejemplo, en el año 2015, de los casi 140.000 turistas que las visitaron, 90.000 eran zambianos. Este último año, 2016, sólo 50.000 de los 152.000 turistas fueron extranjeros. Zambia tiene una población de 15 millones de habitantes y nuestra meta es que al menos 5 de ellos se conviertan en turistas nacionales, a la vez que alcanzamos los 2 ó 3 millones de visitantes extranjeros.

Speaking about the numbers for local visitors, if we take a site as Victoria Falls for instance to set an example, in year 2015, among the 140,000 total visitors, 90,000 were Zambians. Last year 2016, 50,000 visitors were foreigners among the 152,000 who visited the site. Zambia has got a population of 15 million people and our aim is to make at least 5 million national visitors discover our country and reach 2 or 3 million foreign visits.

Sería un muy buen comienzo.

It would be a very good start.



ÁFRICA ES UN CONTINENTE CON GRAN VARIEDAD DE CULTURAS, AMBIENTES E INFLUENCIAS.

ESA VARIEDAD CULTURAL IMPLICA, TAMBIÉN, VARIEDAD DE SABORES. DESCUBRAMOS ESTA SELECCIÓN DE CINCO DE LAS MÚLTIPLES RECETAS DE COCINA DEL CONTINENTE CUNA DE LA HUMANIDAD.

Sherezade Konan



1. El kedjenou de pollo (Costa de Marfil):

Tiempo de elaboración: 15 minutos de preparación + 40 minutos de cocción.

Ingredientes (4 personas):

- 1 pollo entero.
- 1 berenjena.
- 1/2 calabacín.
- 3-4 tomates (opcional para un poco más de tiempo).
- 1 gran tomate pelado.
- 2 dientes de ajo.
- 1 cebolla muy grande.
- 5-7 hojas de laurel.
- Tomillo (¡no ponga ramitas, pues dará un sabor desagradable!).
- Jengibre (un ingrediente muy importante).
- Mantequilla o aceite.
- Sal.
- Pimienta.

Elaboración de la receta:

Unte con mantequilla o aceite el fondo de una cazuela. Corte el pollo en trozos (pechuga, muslo, etc.), póngalos en ella y dórelos. Escalde los tomates para pelarlos y posteriormente cortarlos en trozos. Corte (peladas o no) las otras verduras y añada todo a la cazuela. Pique el ajo y añádalo.
Añada las especias. Remueva todo muy bien y déjelo a fuego medio, revolviéndolo cada 5 ó 10 minutos. Durante la cocción, añada al gusto el jengibre, la sal ,la pimienta y el tomillo.

Sírvase sobre arroz blanco.



2. Curry de gambas con cerdo (Madagascar):

Tiempo de elaboración: 20 minutos de preparación + 40 minutos de cocción.

Ingredientes (4 personas):

- 8 gambas (de Madagascar, si fuera posible).
- 500 g de cerdo.
- 1 cucharada de ajo fresco picado.
- 1 cucharada de jengibre fresco picado.
- 1 cucharada de curry de Madagascar.
- 200 g de tomate fresco pelado.
- 100 g de cebollino picado.
- 100 g de cebollas.
- 20 cl de dzamandzar (ron de Madagascar).

Preparación de la receta :

Corte la carne de cerdo en trozos de aproximadamente 50 g. Ponga la carne de cerdo con las cebollas en aceite caliente. Añada el ajo, el jengibre, el curry, la sal y la pimienta. Deje freír lo necesario la carne a fuego lento durante 20 minutos. Introduzca las gambas a fuego vivo para que se doren por ambos lados. Haga con las gambas un flambeado usando el ron de Madagascar. Añada los tomates y mézclelos con la carne de cerdo.

Cocine todo a fuego lento durante otros 10 minutos. Las gambas no deben estar muy cocidas.

Emplate y añada el cebollino picado. Sírvase con arroz blanco, rougail de tomate o escabeche de verduras.



3. Koshari abu gibba (Egipto):

Tiempo de elaboración: 30 minutos de preparación + 30 minutos de cocción.

Ingredientes (para 10 personas):

- 2 cebollas.
- 1 cabeza de ajo.
- 1 kg de macarrones.
- 3 tazas de lentejas.
- 4 tazas de arroz.
- 5 tomates.
- Pimienta.
- Comino.
- Vinagre.
- Aceite.

Preparación de la receta:

Pique dos cebollas y dórelas en aceite. Pele la cabeza de ajo, machaque los dientes y fría. Cocine el kilo de macarrones durante unos 15 minutos. Escúrralos. Lave las 3 tazas de lentejas una vez hayan estado a remojo durante 30 minutos en una sartén con 6 tazas de agua. Lleve a ebullición. Añada 4 tazas de arroz y sazone con 1 cucharadita de pimienta negra y otra de comino negro. Tape y cueza a fuego lento durante 15 ó 20 minutos. Cuando el arroz haya absorbido el agua, añada la mitad del ajo frito y 2 cucharadas de vinagre.

Para la salsa, saltee 5 tomates picados con el ajo restante y con especias. Vierta los macarrones y luego la salsa y la cebolla frita. También puede añadir un puñado de garbanzos cocidos.



4. Verduras en vinagre (Islas Mauricio).

Tiempo de elaboración: 20 minutos de preparación + 10 minutos de cocción.

Ingredientes (4 personas):

- 300 g de zanahorias.
- 200 g de coliflor.
- 200 g de col.
- 200 g de judías verdes.
- 1 cebolla grande.
- 4 dientes de ajo.
- 50 g de jengibre.
- 5 chiles verdes.
- 1 cucharadita de semillas de mostaza.
- 1 cucharadita de azafrán.
- Aceite.
- Vinagre.
- Sal.

Preparación de la receta :

Separe la coliflor en ramitos pequeños. Vacíe los chiles de sus semillas y córtelos en 4 en sentido longitudinal. Pele las zanahorias y las judías verdes y córtelas en tiras finas. Corte las hojas de col en tiras finas. Escurra las verduras y séquelas en un paño. En una olla pequeña, caliente 6 cucharadas de aceite y cocine la cebolla picada durante 30 segundos. Añada juntos el ajo, el jengibre y las semillas de mostaza; el azafrán machacado a continuación. Mezcle bien y añada las verduras. Dórelas durante 2 minutos y revuélvalas sin aplastarlas. Deje enfriar y añada 1 cucharada de vinagre.

Observación: Cómase con pan.



5. Tibs (Etiopía):

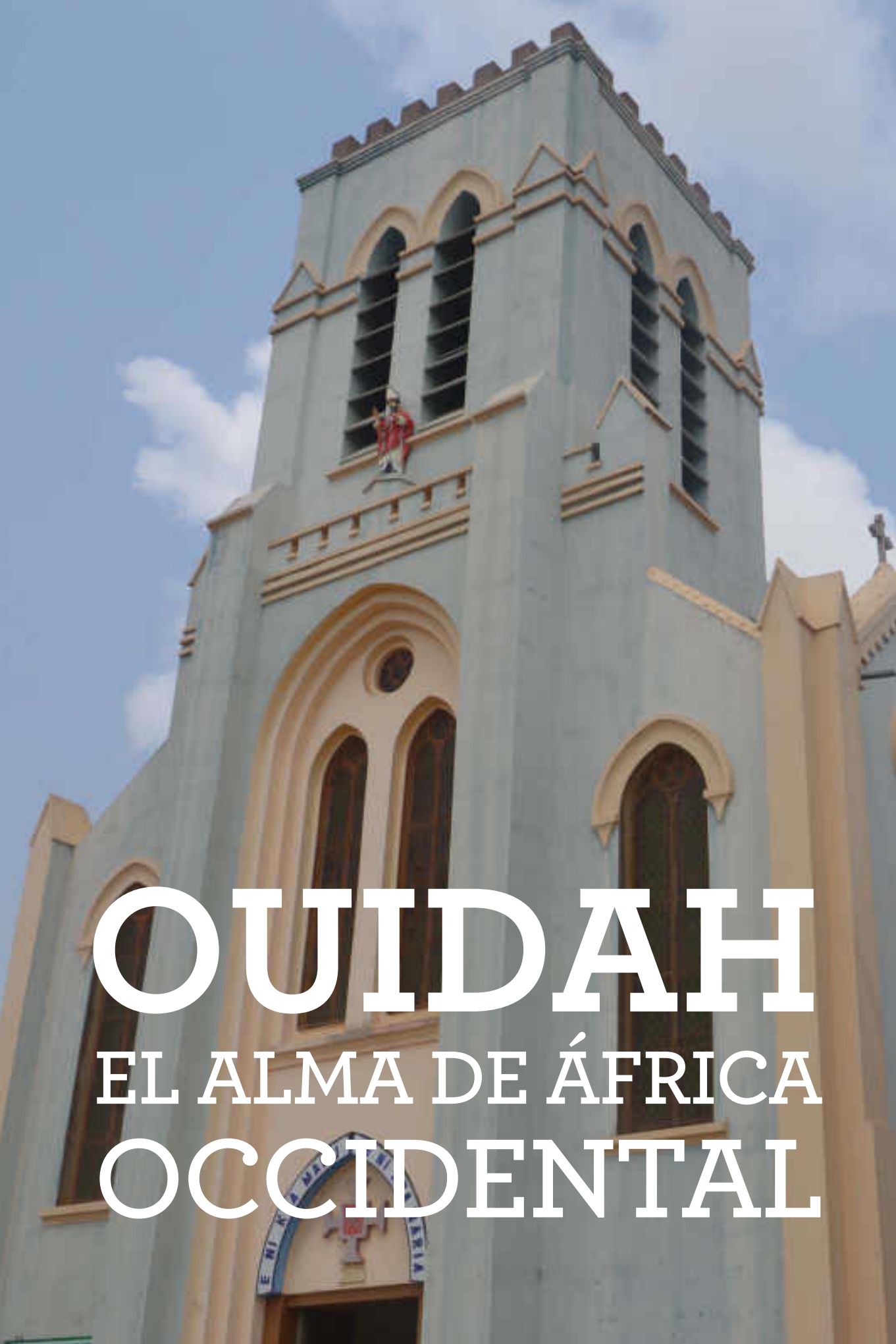
Tiempo de elaboración: 15 minutos de preparación + 40 minutos de cocción.

Ingredientes (4 personas):

- 600 g de carne de vacuno (u otra carne roja) en tiras.
- Harina de teff (o trigo sarraceno).
- 2 cebollas grandes.
- 1 tomate bonito.
- Comino en polvo.
- Azafrán.
- Pimentón.
- Aceite.

Preparación de la receta :

Con la harina de teff (o trigo sarraceno), prepare la masa para crepes sin azúcar y sin sal. Elabore unos 10 ó 12 crepes (los crepes serán bastante gruesos, pero ligeros). En la cazuela, deshidrate a fuego lento la cebolla y el tomate. Añada 1/2 cucharadita de comino y 1/2 cucharadita de azafrán y pimentón. Añada la carne picada, que puede pasarse por la parrilla en seco 30 segundos antes de ponerla en la cazuela .Cueza a fuego lento hasta que la carne esté bien cocida. Añada sal y pimienta al gusto. Corte en tiras anchas (de 8 a 10 cm) los crepes de forma que obtenga unas 3 tiras por cada crepe. Ponga en cada plato 3 bandas con el fin de cubrir el plato. Añada la carne encima (con cebolla y tomate). En un borde, deje un poco de comino, azafrán y pimentón. Deje a disposición de cada huésped, una o dos tiras de crepe enrollado.



OUIDAH
EL ALMA DE ÁFRICA OCCIDENTAL



Campanario de la Basílica de la Inmaculada Concepción (1907).

Autor de las fotografías que ilustran este reportaje: Alejandro Dorado Nájera

En Benín se discute habitualmente sobre si la verdadera capital del país es Porto-Novo, como reza la Constitución de 1990 y donde residen el poder legislativo y judicial, o si lo es Cotonú, sede del poder ejecutivo y del económico. Lo que está fuera de toda discusión es cuál es capital espiritual de Benín: Ouidah. Sin lugar a dudas.

Por Alejandro Dorado Nájera



En apariencia anodina, esta ciudad litoral de alrededor de 100.000 habitantes, a pocos kilómetros de Cotonú y de la frontera con el vecino Togo, esconde una riqueza histórica y cultural sin parangón en África Occidental. Meca del vudú, antiguo puerto de esclavos y destino de sol-y-playa, Ouidah tiene demasiado que ofrecer como para dejarla pasar.

En apariencia anodina, Ouidah esconde una riqueza histórica y cultural sin parangón en África Occidental

Ouidah, capital de la trata de esclavos

Fundada probablemente en el siglo XIV y capital del reino homónimo de Whydah, la ciudad creció gracias al floreciente comercio de esclavos, capturados de pueblos rivales del interior, con los que sus reyes mercadeaban con los europeos. En 1727 Ouidah fue conquistada por el rey Agaja del vecino reino de Dahomey y se convirtió en simple puerto de la capital, Abomey, hoy Patrimonio de la Humanidad.

Los sucesivos reyes de Whydah y de Dahomey permitieron, mediante acuerdos, el establecimiento de puestos europeos en Ouidah para facilitar el comercio de esclavos. Franceses, daneses, holandeses, ingleses y portugueses construyeron fuertes en la



Entrada al fuerte portugués de São João Baptista de Ajudá, actual Museo de Historia de Ouidah.

ciudad. A excepción del fuerte portugués y del inglés, reconvertido actualmente en viviendas y comercios, todas las fortalezas europeas fueron destruidas: por deterioro y abandono en el caso de la francesa; al abolirse oficialmente la esclavitud en el caso holandés; y el danés, a la postre campo militar galo, con la independencia de Benín en 1960.

El fuerte portugués de São João Baptista de Ajudá, una de las más pequeñas colonias del mundo hasta su invasión por parte de un Benín ya independiente en 1961, es el punto de partida de una visita que nos lleva a recorrer la Ruta de los Esclavos. En su interior, un museo de la esclavitud en el que encontramos testimonio de la herencia afro-brasileña. La ruta, un camino de cuatro kilómetros que recorre Ouidah desde el centro de la ciudad hasta la playa, es parte de la iniciativa intercontinental impulsada por la UNESCO y la OMT «Ruta del Esclavo: resistencia, libertad, patrimonio», surgida en 1994 en la misma ciudad.

El fuerte portugués de São João Baptista de Ajudá es el punto de partida de una visita que nos lleva a recorrer la Ruta de los Esclavos

Del el siglo XV al XIX, unos 12 millones de personas fueron capturadas y enviadas como esclavos a América y Europa; de ellas, aproximadamente dos millones lo hicieron desde Ouidah. La ruta conmemora mediante cinco etapas el camino que los esclavos transitaban y las experiencias que vivían.

El recorrido comienza en la Plaza Chacha, bautizada en honor a Francisco Félix de Souza «Chacha», un brasileño convertido en uno de los mayores negreros de la historia. Ahí era donde los esclavos eran seleccionados por los compradores europeos. La tradición mandaba que los hombres debían dar nueve vueltas al Árbol del Olvido, siete en el caso de las


Interior del fuerte portugués de São João Baptista de Ajudá, hasta 1961 una de las más pequeñas colonias del mundo.

mujeres, para dejar de lado sus orígenes y tradiciones. De ahí, los esclavos pasaban al compartimento Zomaï donde eran obligados a permanecer en total oscuridad a centenas, a veces durante más de un mes, para acostumbrarlos a las condiciones de las bodegas de los navíos que los transportarían a América y Europa. Los que sobrevivían eran llevados a la plaza Zomachi, donde se les marcaba a fuego antes de embarcar. Los muertos y los que se consideraba que no podrían soportar el largo viaje, eran arrojados a la fosa común de Zoungbodji, donde un modesto monumento los recuerda. En la penúltima etapa, a los esclavos se les permitía dar tres vueltas al Árbol del Retorno para asegurarse, según la tradición, que su alma volvería a África después de morir. Tras esta ceremonia, atravesaban la Puerta de No Retorno para emprender un penoso viaje abordo de navíos negreros en los que una de cada ocho personas perecía antes de llegar a puerto.

La Puerta de No Retorno, el monumento más visitado de Benín, se ha convertido en símbolo de la memoria de las víctimas de la trata negrera y de la esclavitud. La ruta en su conjunto está siendo propuesta para Patrimonio de la Humanidad por su importancia histórica y cultural, con la esperanza de convertirse en un referente internacional en lo que al incipiente turismo de memoria se refiere, tal y como figura en el programa «Bénin Rélévé» del nuevo gobierno de Patrice Talon. Este monumento no solo marca el lugar de partida de los esclavos africanos, sino también, el punto desde donde su cultura y tradición se extendieron por el mundo.

Ouidah, capital vudú

Para mucha gente, el vudú es una oscura práctica en Haití, en Nueva Orleans o en las costas de Brasil. Sin embargo, las prácticas de estos lugares, estigmatizadas por películas de Hollywood, tienen su origen en una zona de África cuyo epicentro es Ouidah.

La Puerta de No Retorno, el monumento más visitado de Benín, se ha convertido en símbolo de la memoria de las víctimas de la trata negrera y de la esclavitud

El vudú es una religión animista, surgida en el reino



La Puerta de No Retorno, última etapa de la Ruta de los Esclavos.

de Dahomey de la mezcla de creencias del pueblo yoruba con las de los fon y los ewe entre otros. Designa al conjunto de dioses (vudús para los fones, orishas para los yorubas) con los que los hombres tratan de conciliarse, mediante sacrificios animales u ofrendas materiales, para así granjearse su benevolencia e indulgencia. Los vudús encarnan fenómenos o fuerzas naturales pero también criaturas mitológicas o ancestros divinizados representados por fetiches a los que se agasaja mediante diferentes rituales,



Bajorrelieve de entrada al Bosque Sagrado del Rey Kpassè.



Representación de una deidad vudú realizada por el artista beninés Cyprien Tokoudagba, situada en el Bosque Sagrado del Rey Kpassè.

normalmente de la mano de un iniciado que hace de intermediario entre estas deidades y la gente mundana. Pese a ser objetos tan importantes para entender la propia cultura, no deja de ser paradójico que los benineses deban desplazarse a París para admirar muchos de ellos, donde descansan en las vitrinas o en los almacenes del Museo Quai Branly Jaques Chirac, fruto del pillaje francés durante la colonización. No es de extrañar que el Presidente Talon, apoyado por asociaciones como el Consejo Representativo de Asociaciones Negras (CRAN), haya pedido a Francia, sin éxito, la restitución de esta herencia histórica y cultural.

La ruta en su conjunto está siendo propuesta como Patrimonio de la Humanidad y con con la esperanza de convertirse en un referente internacional

Con la esclavitud, las creencias viajaron en barco y se extendieron, mezclándose con otras tradiciones en América del Sur, del Norte y el Caribe. Así surgieron ritos como el candomblé en Bahía, el umbanda en Río de Janeiro, la santería y el palo en Cuba, el hoodoo en el sur de Estados Unidos o el vudú haitiano. El vudú, prohibido durante la dictadura de Mathieu Kérékou de 1972 a 1991, tiene una función social e incluso política muy importante en Benín, y Ouidah es su meca. No se puede dejar la ciudad sin hacer dos paradas obligatorias: el Templo de las Pitones y el Bosque Sagrado del Rey Kpassè.

El Templo de las Pitones, situado junto a la Basílica de la Inmaculada Concepción (1907), metáfora del sincretismo con el que se mezclan ambas religiones en el país, alberga una gran población de serpientes inofensivas para los humanos, incluidos los turistas, que no dudan en enroscárselas a sus cuellos. Incluye un conjunto de árboles sagrados y varias hornacinas y altares de sacrificio para honrar a deidades vudús. La devoción que los habitantes de Ouidah profesan hacia estos reptiles se debe a que, según la tradición, fueron las pitones las que ayudaron a los ancestros de la ciudad a vencer en batalla a las tropas del vecino reino de Allada. De hecho, los nacidos de padre y madre de Ouidah se marcan la cara con escarificaciones imitando el mordisco del animal, como parte de un ritual vudú de conexión con sus antepasados.

El 10 de enero se festeja en Benín el Día Nacional de los Cultos

Al Bosque Sagrado del Rey Kpassè hay que entrar, previo pago, con un iniciado que ahuyente a los espíritus que habitan el bosque, a quienes los no iniciados no somos capaces de ver -con el peligro que



Barcazas pesqueras en la Ruta de los Pescadores.



Monumento conmemorativo de la llegada de los primeros misioneros cristianos a las costas de Benín.



Poblado pesquero en la Ruta de los Pescadores.

eso conlleva. El lugar es un pequeño pulmón verde en el que se exponen figuras de diferentes dioses vudús: de la fertilidad, de la tierra o de la guerra. Las esculturas, concebidas por el célebre artista beninés Cyprien Tokoudagba y por los hermanos Dakpogan, descansan ahí desde 1992, cuando fueron trasladadas como parte de las celebraciones del Festival de Cultura Vudú. Según la leyenda, en él descansa el fundador de Ouidah, el rey Kpassè, reencarnado en un centenario iroko al que se puede acudir a solicitar favores, que serán cumplidos si vienen desde la buena voluntad y acompañados de una propina. No en vano, y según cuentan en la ciudad, François Hollande sería presidente de Francia por intervención divina del susodicho rey.

A unos kilómetros del monumento conmemorativo de la llegado de los primeros cristianos, se sitúan varios complejos turísticos donde poder disfrutar de un tiempo de relax

El 10 de enero se festeja en Benín el Día Nacional de los Cultos, y es el mejor momento para disfrutar de las celebraciones en todo su esplendor, aunque en esta ciudad en cualquier momento puede cruzarse un zangbéto, vistoso dios de paja, serpientes y caracoles que vigila y protege los poblados.

Ouidah, capital litoral

En la misma playa de Ouidah, a unos kilómetros de donde se encuentra el monumento conmemorativo de la llegada de los primeros cristianos, se sitúan varios complejos turísticos donde poder disfrutar de un tiempo de relax. La Casa del Papá o la Maison du Brésil son algunos nombres a retener donde se puede pasar la noche y disfrutar al día siguiente de una playa que se extiende desde el Gran Popó, en la frontera con Togo, hasta la misma Cotonú. Además, situados en una lengua de arena limitada por el océano a un lado y la laguna de Ouidah al otro, muchos de estos hoteles disponen de actividades fluviales como la pesca o el kayak.

Otro de los encantos de la zona es la Ruta de los Pescadores, que une por el litoral Ouidah con Cotonú. Salpicada de poblados que se nutren del mar, en este camino se puede ver a los pescadores arrastrar en grupo, desde la costa, sus redes llenas de peces y, tristemente, también de plásticos, síntoma de nuestra época. Esta carretera de arena, eterna candidata al desarrollo urbanístico y turístico, desemboca en Cotonú, la gran ciudad, que te recibe con sus maquis, con su bailes, con su música africana, con sus motos y con su cerveza Béninoise. Fría y a pie de playa.

2017

Fitur

Feria Internacional de Turismo

Argentina

MADRID, 18-22 enero







creandoturismo

#allinfivedays






9.600 empresas expositoras
125.000 profesionales
7.200 periodistas
107.000 público general

fituronline.com

IBERIA

ufi Approved Event

IFEMA Feria de Madrid

MARC FO KIKI

LA F2K FASHION MADE IN TOGO

Su nombre oficial es Marc Voule Yaovi Akpedze Yaovi, pero es conocido por su nombre artístico Fo Kiki. Nacido en Francia a finales de los 60, Fo Kiki o FKK para los amigos, tiene una diplomatura en Ciencias Jurídicas y un máster en Relaciones Públicas. Comienza su carrera en la moda en Nueva York trabajando en cuestiones publicitarias, pero decide volver a Togo para dedicarse al diseño. Hoy en día, Fo Kiki marca el ritmo de la moda, no solamente en Togo, sino en todo el continente.

Son nom à l'état civil est Marc Voule Yaovi Akpedze Yaovi, mais il est connu sous le nom artistique Fo Kiki. Né en France à la fin des années 60, Fo Kiki (ou FKK pour les intimes) est titulaire d'une maîtrise en Sciences Juridiques et d'un Master en Relations Publiques. Il se lance dans la mode en passant par New York pour des essaies publicitaires et décide de rentrer au bercail au Togo pour se dédier complètement au métier de créateur. Aujourd'hui, Fo Kiki est incontournable et marque le rythme de la mode non seulement togolaise mais aussi prend part aux différents évènements qui ont lieu sur le continent. Entretien.



Por Franck Olivier Kra
@franckokra

Por Franck Olivier Kra
@franckokra





EAR: Marc Fo Kiki, ¿Qué fue lo que te llevó a «abrazar» este oficio?

FKK: Lo primero es agradecerles dejarme ser partícipe de la revista. Podría decir que éste es un oficio muy pasional para mí, ya que desde muy joven me he interesado por la belleza de la creatividad. Desde siempre solía pedirle a mi sastre que le añadiera un toque especial a la ropa que diseñaba para mí. Con el paso de los años, esto evolucionó de manera exponencial. El «clic» vino en 2013 cuando creé mi propia línea de ropa, F2K Fashion, con la colección Beach Dreams, expuesta en el desfile del Yellow Summer del MTN Bénin.

Podría decir que el oficio de creador y diseñador de moda es pura pasión para mí, ya que desde muy joven me interesaba la belleza de la creatividad

EAR: Háblanos de tu creación y sobre el significado de Muse of Elegance.

FKK: La idea es valorizar la cultura de la moda africana usando distintos materiales y estampados tradicionales tales como el kenté, el bazin, el woodin o el wax. Normal-

eBiz Africa Review (EAR) : Marc Fo Kiki, vous êtes créateur de mode. Qu'est-ce qui vous a amené à embrasser ce métier ?

Fo Kiki : Bonjour EAR merci pour m'avoir accordé votre tribune. Je pourrais dire que le métier de créateur de mode est une pure passion pour moi car dès mon bas âge je m'intéressais à la beauté de la créativité. J'exigeais toujours auprès de mon couturier, une certaine laiche particulière aux vêtements à confectionner. Au fil des années, cette passion s'est développée de façon exponentielle. Le déclic m'est venu en 2013 de créer ma propre ligne de vêtements F2K Fashion, avec la collection Beach Dreams pour le défilé de Yellow Summer de MTN Bénin.

Je pourrais dire que le métier de créateur de mode est une pure passion pour moi car dès mon bas âge je m'intéressais à la beauté de la créativité

EAR : Pouvez-vous nous parler de votre label et ce que signifie Muse of Elegance ?

F.KK : Mon Label F2K Fashion est destiné à valoriser la culture vestimentaire de l'Afrique. De ce fait, j'utilise beaucoup de matériaux traditionnels tels que le Kenté,



mente se trata de ropa urbana y trajes de noche fáciles de llevar. Tenemos una decena de colecciones como Beach Dreams, Seduction, Patou Monga La Terringa, Oceán, Afrique Colors, etc...

Muse of Elegance es una agencia de modelos creada en junio de 2013 dentro del régimen jurídico de Togo, aunque tiene representación en otros países como Ghana, Benín, Mali, Costa de Marfil, Sudáfrica o Senegal. Estamos muy orgullosos de ser una de las agencias más solicitadas del continente para los diferentes eventos de moda. Tenemos muy buena relación con otras agencias tales como AMM (de Ahounou Yanik) en Benín, Sydney Conceptuel (de Fatim Sidime) en Costa de Marfil o con AMF AMMFI (de Samuel Maresia) en Sudáfrica. Nuestro objetivo es crear una red federada de modelismo profesional en África.

EAR: Eres un artista y un referente en la moda togolesa. ¿Qué visión tienes de la moda en tu país?

FKK: (Risas) Vale, acepto el título de artista ya que es la profesión que figura en mi pasaporte e intentó hacer sentir, soñar y dar placer con mis desfiles a los espectadores.





le Bazin, le Woodin et importés tels que le Wax. Généralement, il s'agit des collections Hommes et Femmes : tenue de ville et de soirée, facile à porter. Nous avons à notre actif une dizaine de collections à savoir Beach dreams, Séduction, Patou Monga la terringa, Océan, Afrique Colors etc...

Muse of Elegance est une agence mannequin créée en juin 2013 sous le régime juridique d'une association culturelle enregistrée et autorisée par l'Etat Togolais. Muse of Elegance est représentée dans plusieurs pays, à savoir le Togo, Ghana, Bénin, Mali, Côte d'Ivoire, Afrique du Sud et Sénégal. Nous sommes très fier du parcours de Muse of Elegance car elle est très sollicitée sur le continent pour des évènements de mode. Nous avons aussi de très bonnes relations de partenariat avec d'autres agences tels que : AMM d'Ahounou Yanik du Bénin, Sydney Conceptuel de Fatim Sidime de la Côte d'Ivoire et d' AMF AMMFI de Samuel Maresia de l'Afrique du Sud. Notre objectif à atteindre est de créer un réseau fédéré de mannequin professionnel en Afrique.

EAR : Vous êtes un artiste et une personne incontournable de la mode au Togo. Quelle vision avez-vous de l'avenir de cette activité dans votre pays ?

F.KK (Rires) Oui, j'accepte volontiers le titre d'artiste et c'est même la profession qui se figure dans mon passeport car mes créations et défilés font rêver et donnent du plaisir aux spectateurs.

Togo recoge una multitud de talentos en el mundo de la industria de la moda. Los creativos de moda en Togo lo han entendido y han decidido crear una asociación de creativos de moda togolesa con el fin de estar más cerca de los poderes públicos.

Vamos a lanzar campañas de súplica y «robbing» para que el ministro de Cultura reestructure las legislación sobre la propiedad intelectual, y de esta manera cada persona pueda disfrutar del fruto de su trabajo.

Mi marca, F2K Fashion, busca valorizar la cultura vestimentaria de África, por eso utilizamos muchos materiales tradicionales como el kenté, el bazin, el woodin o el wax. Generalmente son colecciones para hombres y mujeres

EAR: ¿Qué piensas de la moda africana y qué perspectivas tienes sobre ésta a largo plazo?

FKK: Una pequeña corrección: no existe la moda africana, europea, americana o asiática. Darle un calificativo es abusar del lenguaje. Aceptamos el termino de moda en África, es decir, la creación de los estilistas africanos. Podemos decir que la moda en África avanza a grandes pasos y hay muchos actores que crecen dentro de la industria.

Esperamos que estos avances se consoliden en los próximos años y los nombres de los diseñadores africanos estén a la par de los del resto del mundo, y es en este punto donde quiero dar las gracias a los promotores de eventos del sector de la moda en África. Gracias a estos eventos se descubren nuevos talentos y otras revelaciones que hacen que la gente se interese más por este tema.

EAR: ¿Cómo son las relaciones entre los diseñadores de moda de Togo y del resto del continente?

FKK: Son muy buenas en un 90% y sirven para compartir experiencias. Yo tengo buenas relaciones con los



Le Togo regroupe beaucoup de talents dans le domaine et l'avenir de l'industrie vestimentaire est très prometteur. Les créateurs de mode au Togo l'ont compris et tout récemment ont entamé les démarches pour créer l'association des créateurs de mode au Togo afin d'être plus représentés auprès des pouvoirs publics.

Nous allons lancer des campagnes de plaidoirie et Robbing auprès du Ministre de la culture pour la restructuration efficace du domaine, afin que chaque acteur puisse profiter du fruit de son travail.

Mon Label, F2K Fashion, est destiné à valoriser la culture vestimentaire de l'Afrique de ce fait j'utilise beaucoup les matériaux traditionnels tels que le Kenté, le Bazin, le Woodin et importés tels que le Wax. Généralement il s'agit des collections Hommes et Femmes

EAR : Que pensez-vous de la mode africaine et quelles perspectives vous lui donnez dans quelques années ?

F.KK : Une rectification : il n'existe pas de mode africaine, européenne, américaine ou asiatique. Lui donner



diseñadores togoleses aunque soy bastante nuevo en el negocio (4 años), pero tengo una amistad profesional muy importante con Elima Nadiaka.

Ahora mismo me dedico a promover los jóvenes talentos tales como Aron Design, Ass Dogo o los hermanos Agama ,e intento que participen en eventos de moda de la región.

Las relaciones con diseñadores del resto de África son muy buenas, en especial con Abrantie (Ghana), Donazara (Níger), Emma Style (Senegal), Bon fils (Camerún), Bemba Création (Guinea) o Gilles Touré, Habib Sangaré, Tra Dieudonné, Carlos Desault (todos de Costa de Marfil).

Espero no crear celos (Risas).

Muse of Elegance es una agencia de modelos creada en 2013 bajo el régimen jurídico de una asociación cultural y está representada en varios países africanos

EAR: ¿Con qué palabra describirías la moda en África?

FKK: Creatividad.

un tel qualificatif est un abus de langage. Nous acceptons volontiers la mode en Afrique, c'est-à-dire les créations des stylistes africains. Nous pouvons dire que la mode en Afrique évolue à grand pas, car il y a une multitude d'acteurs qui opèrent une vraie révolution dans le domaine.

Dans quelques années nous espérons atteindre le summum et que les noms des créateurs africains soient aux mêmes diapasons que ceux des autres continents. Et c'est à ce titre qu'il faut féliciter les promoteurs de différents évènements de mode en Afrique, car c'est de par leurs initiatives nous allons à la découverte des talents cachés et d'autres révélations qui donnent envie de s'intéresser plus à la matière.

EAR : Quelles sont vos relations avec les créateurs de mode au Togo et Africains ?

F.KK : A 90% nous avons de bonnes relations et un bon partage d'expérience. J'ai de bonnes relations avec les créateurs togolais, bien que je sois nouveau dans le domaine (4 ans), et il a lieu de noter une particulière amitié professionnelle avec Elima, Nadiaka.

Actuellement je me fais le devoir de promouvoir de jeunes talents tels que : Aron design, Ass Dogo et les frères Agama en les faisant participer aux différents évènements de la sous-région.

Les relations avec les autres créateurs africains sont assez cordiales et chaleureuses, parmi lesquelles nous pouvons citer entre autres Abrantie du Ghana, Donazara du Niger, Emma Style du Sénégal, Bon fils du Cameroun, Bemba création de la Guinée, Gilles Touré, Habib Sangaré, Tra Dieudonné, et Carlos Desault de la Côte d'Ivoire.

(Rires) J'espère ne pas faire de jaloux.

Muse of Elegance est une agence de mannequin créée en 2013 sous le régime juridique d'une association culturelle et est représentée dans plusieurs pays africains

EAR : Un seul mot pour décrire la mode africaine ?

F.KK : Créativité.



EAR: ¿Cuáles son los salones de moda más importantes del continente?

FKK: ¡Es una pregunta muy difícil! Tenemos más de una treintena de salones, pero cabe destacar la primera edición de la Mercedez Benz Africa Fashion Festival, en mayo de 2014 en Accra, en el cual hicimos lo imposible por lograr el éxito del evento. También el Fashion Show Anual de Douala, en noviembre de 2014, donde Gregoire Piwele invitó a más de una treintena de modelos extranjeros.

Podríamos citar la primera edición de la Nieme Fashion Week de Donazara, celebrada en noviembre de 2016, donde la logística fue excelente.

Cabe destacar también el Oyemi Fashion Show de Madame Magali Dossa de Benín.

No podría irme sin citar, por supuesto, el Festival Elima de 2014 y 2015 en Togo, que se ha convertido en el evento de moda de referencia en África. Aprovecho este momento para invitar a los diseñadores a la quinta edición que tendrá lugar el 5 de noviembre de 2017. La única desventaja de estos salones es que no llegamos a hacer un gran volumen de ventas durante el transcurso del evento.

EAR : Quels sont les salons de la mode du continent qui vous ont le plus marqués ?

F.KK : Oh La la quelle question ! Nous avons à notre actif plus d'une trentaine de salons mais il y a lieu de noter la première édition de Mercedez Benz Africa Fashion Festival Mai 2014 à Accra, durant lequel nous avons mis la main à la pâte pour une réussite totale de l'événement, ainsi que l'Annual Fashion Show tenu à Douala en novembre 2014 où Mr. Grégoire PIWELE a invité une trentaine de mannequins étrangers à son évènement.

Nous pouvons aussi citer la 1ère Edition de la Niamey Fashion Week de Donazara tenu en Novembre 2016 à Niamey (Niger) avec une bonne logistique.

Il y a lieu de citer Oyemi Fashion Show de Madame Magali Dossa au Bénin.

Finalement je ne pourrais pas me taire sans citer le Festival Elima de 2013 et 2015 au Togo qui reste jusqu'à présent l'évènement de mode de référence en Afrique (le même avis est partagé par les festivaliens étrangers). Je profite de cette tribune pour lancer une invitation aux designers à la 5ème Edition qui aura lieu du 2 au 5 novembre 2017. Le seul regret est que nous n'arrivions pas à faire beaucoup de ventes durant ces salons.

Actualmente me siento con el deber de promover a jóvenes talentos haciéndolos participar en los diferentes eventos de la región ; y esperamos alcanzar en algunos años la cima, y que los nombres de creadores africanos estén a la misma altura que aquellos de otros continentes

Actuellement je me fais le devoir de promouvoir de jeunes talents en les faisant participer aux différents évènements de la sous-région et dans quelques années nous espérons atteindre le summum et que les noms des créateurs africains soient aux mêmes diapasons que ceux des autres continents

EAR: ¿Cuál es tu color favorito?

FKK: EL negro, ya que es sinónimo de clase, elegancia, chic, glamour, sensualidad y del despertar de consciencia.

EAR: ¿Algo más que decirle a nuestros lectores?

FKK: Una pena que se acabe ya. Invito a los lectores a que amen los diseños africanos y los utilicen siempre que puedan para motivarnos a seguir. Luchemos todos por el desarrollo de la industria de la moda en África.

EAR : Votre couleur préférée ?

F.KK : Le noir, synonyme de classe, d'élégance, de chic, de glamour de sensuel, de volupté et d'éveil de conscience.

EAR : Un dernier message à ceux qui vous lisent, vous êtes libre.

F.KK : Cher(e)s lecteurs, nous voici arrivés à la fin de notre entretien, que dire de plus. Nous vous invitons tous à aimer les créations des designers africains en les portant à toutes occasions afin de nous encourager. Œuvrons tous pour le rayonnement de la Fashion industrie en Afrique.





FOTOGRAFÍA. Fuente: http://www.sosracismomadrid.es/web/wp-content/uploads/2016/04/Memoria-SOS-2015.pdf

SOS RACISMO

MÁS DE VEINTE AÑOS LUCHANDO CONTRA EL RACISMO Y LA EXCLUSIÓN SOCIAL

SOS Racismo Madrid forma parte de la Federación de Asociaciones de SOS Racismo del Estado Español. Nace en el año 1992 con el objetivo de luchar en la Comunidad de Madrid contra el racismo y la xenofobia que ese mismo año motivaron el asesinato a manos de un guardia civil de extrema derecha de Lucrecia Pérez Matos, mujer migrante dominicana.

Por Begoña Blázquez Parro y Dánae García López
@sosracismomad

Nuestra asociación está conformada por personas voluntarias comprometidas con los valores de igualdad, diversidad, tolerancia e interculturalidad. Tenemos como labor principal la denuncia política para que, desde los poderes públicos, se promuevan medidas y leyes para la eliminación de todas las formas de discriminación por razones de color de piel, origen, cultura o religión.

SOS Racismo está conformada por personas voluntarias comprometidas con los valores de igualdad, diversidad, tolerancia e interculturalidad

Consideramos que la educación y la sensibilización de la sociedad son fundamentales para acabar con los estereotipos y prejuicios que sufren determinados colectivos, en especial, las personas sin permiso de residencia en España. Los derechos fundamentales son el marco para defender la dignidad de la vida de la población migrante y de las minorías étnicas y culturales, por eso apelamos al compromiso asumido por España en los convenios internacionales que ha firmado al respecto.

La comunidad africana y afrodescendiente se enfrenta en España a múltiples situaciones discriminatorias que, en su vertiente institucional, consisten principalmente en identificaciones policiales basadas en el perfil étnico y en la existencia de los centros de internamiento de extranjeros (CIE). En 2016, las personas procedentes del África negra representaron el 57,2 % del total de internos en el CIE de Aluche, si hablamos de la totalidad del continente africa-

no, la cifra asciende al 89,9 %. Un alto porcentaje de estas personas proceden de Marruecos y Argelia.

Estas actuaciones por parte del Estado contribuyen a la criminalización del colectivo, al transmitir al resto de ciudadanos una imagen de peligrosidad y vulneración de la ley que no se corresponde con la realidad. Es por ello que SOS Racismo realiza un importante trabajo en campañas de sensibilización reclamando que desaparezcan las redadas racistas y los CIE. Además, nos oponemos a los convenios bilaterales firmados por España con países africanos, como Senegal o Nigeria, mediante los que España ofrece ayudas económicas a estos países a cambio de que acepten los vuelos de deportación de sus nacionales.

Además, los CIE y el aparato administrativo español vulneran los derechos humanos más básicos. Recientemente se ha deportado a un nigeriano que presentaba un importante problema de salud: una hernia que le sangraba y de la que no podría ser debidamente tratado en su país de origen. Éste habría sido motivo suficiente como para poder permanecer en España por razones humanitarias, sin



Manifestación en la Plaza Mayor de Madrid .

embargo, las autoridades procedieron a su expulsión a falta de un día para que se cumpliera el plazo máximo de sesenta días que una persona puede permanecer en el CIE.



El aparato administrativo español vulnera los derechos humanos más básicos y es por esto que SOS Racismo realiza un importante trabajo en campañas de sensibilización reclamando que desaparezcan las redadas racistas y los CIE

A nuestra labor de visitas a los CIE, de acompañamiento a las personas internadas y de denuncia de la situación, se suma el trabajo de atención a víctimas de conflictos y agresiones racistas que realizamos en nuestra Oficina de Atención y Denuncia (OID). En ella, tratamos de dar una solución al problema de la persona afectada o derivarla a una entidad con mayor capacidad. Las personas afrodescendientes que acuden a la OID normalmente denuncian insultos racistas o denegación del acceso a determinados servicios, como el alquiler de una vivienda o la entrada a una discoteca.

Hace unas semanas una joven de raza negra acudió a una entrevista de trabajo. Había presentado un buen

currículum vitae, pero sin foto. Cuando el entrevistador la vio le dijo que no podría acceder al puesto ya que el trabajo consistía en ser imagen de la empresa y el jefe, que se declaraba racista, no quería a ninguna chica negra.

En el área de sensibilización, SOS Racismo lucha contra los estereotipos y prejuicios con actividades culturales y lúdicas. Creemos que a través del discurso podemos lograr una conciencia social que defienda los valores de la tolerancia, la inclusión y la solidaridad así como la conveniencia en una sociedad abierta y plural

De manera preocupante, observamos un número creciente de casos de agresiones y otros incidentes racistas cometidos por parte de vigilantes de seguridad privada. A pesar de estar dotados de herramientas para la represión y detención de personas, la selección y formación de este personal por parte de sus empresas es opaca, lo que hace difícil combatir los prejuicios racistas y xenófobos que pudieran tener los futuros empleados.

Según el caso, SOS Racismo Madrid acude a los tribunales o pone en conocimiento de la Fiscalía hechos que consideramos han de tener un recorrido penal. En los últimos meses hemos venido desempeñando un papel activo contra los casos de delitos de odio que se producen de manera habitual en las redes sociales e internet. El propio presidente de nuestra asociación, Moha Gerehou, recibe constantemente insultos y amenazas por su condición de afrodescendiente y de activista contra el racismo. Recientemente denunciamos las amenazas de muerte que recibió en Twitter, donde el autor mostraba una foto donde al nombre de Moha, escrito en papel, se le superponían tres balas.

En el área de sensibilización, SOS Racismo lucha contra los estereotipos y prejuicios con actividades culturales y lúdicas. Creemos que a través del discurso podemos lograr una conciencia social que defienda los valores de la tolerancia, la inclusión y la solidaridad así como la convivencia en una sociedad abierta y plural.



Manifestación por razones humanitarias en la Puerta del Sol, Madrid.

Como cada año, con motivo del 21 de marzo, Día Internacional contra el Racismo y la Xenofobia, organizamos las Jornadas Antirracistas con representaciones, proyecciones de cortos, mesas redondas y conferencias. El cuento ganador de este año ha sido «La nueva familia de la Sra. Adela», que trata sobre la convivencia en armonía entre personas de diferente país de origen y color de piel, compartiendo sus diferentes costumbres y realidades.

SOS Madrid se enfrenta a retos importantes. Perseguimos la promulgación de una futura ley integral contra el racismo y la xenofobia que plasme el compromiso real de España por una sociedad inclusiva y tolerante. Por otro lado, seguimos reclamando el acceso universal a la sanidad pública, que fue restringido por el gobierno español en el año 2012, al excluir de la asistencia sanitaria a las personas en situación irregular en España. Esto deja a las personas migrantes sin documentación en regla en situación de extrema vulnerabilidad, con consecuencias graves para su salud, y atenta contra los derechos fundamentales a la vida y a la salud.



CARLOS SANTOS
REPRESENTANTE DEL GRUPO OÁSIS ATLÂNTICO HOTELS & RESORTS EN CABO VERDE

La mayor industria de Cabo Verde es el turismo, representando 24% del PIB y aproximadamente 20% del empleo nacional.

Sin embargo, el país necesita diversificar el sector para no depender en exclusiva de un tipo de turismo, como ha manifestado en múltiples ocasiones el nuevo primer ministro Ulisses Correia e Silva. ¿Cuál es su visión sobre las posibilidades de diversificación del sector turístico caboverdiano?





Por Alejandro Dorado Nájera y Diana Lopes
@DoradoAlex

Considero que ha llegado el momento de aposta por la diversificación, teniendo en cuenta la madurez del sector y la diversidad cultural, paisajística y ecológica de las islas, para que no seamos dependientes de un sólo subsector. Hoy en día, es el mercado quien demanda una apuesta en otros nichos como el turismo de salud, el de conferencias, el turismo relacionado con las personas mayores o el turismo rural. Debemos caminar hacia esos campos, sobre todo en islas que no tienen las características que poseen Maio, Sal o Boa Vista para albergar turismo balneario.



Esto no quiere decir que el impacto económico del turismo de sol-y-playa no sea relevante y haya que mantenerlo. Por poner un ejemplo, en un



Fotografía: ©Stan Aron

grupo como el nuestro, de cada 1.000 euros que recibimos 300 van para los cofres del Estado a través de diferentes impuestos: es una contribución de un tercio de nuestros ingresos, sin contar con la parte destinada a salarios y remuneraciones ni con la generación de actividad local. El modelo «todo incluido» no puede considerarse como nefasto para la economía y la sociedad de Cabo Verde, como algunas voces critican. Más bien al contrario: la economía del país creció mucho gracias al desarrollo del turismo en las islas de Sal y Boa Vista, cuyo PIB per cápita duplica la media nacional; otro fenómeno a tener en cuenta es el crecimiento poblacional experimentado, por ejemplo, en la isla de Sal que ha pasado de 7.700 personas en 1990 a 35.000 en 2016 empujada por la actividad turística del «todo incluido».

Usted considera la creación del «producto Cabo Verde» como uno de los desafíos para la promoción del país, ¿qué otros retos considera que tiene el país y el sector del turismo nacional en concreto?

En la actualidad, aunque tenemos 4 aeropuertos internacionales, buenas carreteras y modernos puertos, todavía enfrentamos algunos desafíos como la conexión aérea y marítima entre las islas. Sin transporte adecuado no conseguiremos unificar la economía del archipiélago, lo que limita el beneficio que le pueden sacar al turismo otros sectores nacionales como la agricultura, la ganadería o la pesca.

La compra de bienes alimentarios por parte de los hoteles de Cabo Verde alcanza los 60 millones de euros al año. La inmensa mayoría de esas compras se hace en el exterior debido a la inexistencia de una verdadera industria agroalimentaria caboverdiana y a la ineficiente conexión marítima entre islas. Muchas familias en el medio rural se podrían estar beneficiando del tirón del turismo si esos obstáculos no estuvieran presentes y el país podría ahorrar centenas de millones de escudos caboverdianos en divisas si el abas-

tecimiento de los hoteles se hiciera mediante la producción nacional. En 2016 el país acogió cerca de 700.000 visitantes, tenemos que aprovechar este nuevo ciclo que se inicia.

Otros desafíos residen en la necesidad de revalorización de lugares turísticos en las diferentes islas. Lugares con relevancia histórica y cultural carecen de señalización, clasificación y consiguiente divulgación por parte de los operadores turísticos. En paralelo, necesitamos apostar por la calidad en el turismo. La certificación de calidad de negocios como restaurantes, pubs, tiendas o artesanos es la vía adecuada. Es un proceso que está siendo realizado y que es necesario para poder atraer y fidelizar al turista aprovechando nuestras condiciones naturales: Boa Vista y Sal tiene las mejores playas del mundo y el país es bañado por el sol 360 días de los 365 que tiene el año y eso hay que aprovecharlo.

El Grupo Oásis Atlântico, uno de los primeros que se estableció en el país, está presente en las islas de Santiago, Sal –con dos hoteles- y en São Vicente. Háblenos de la trayectoria del grupo, su capacidad hotelera, la calidad de sus servicios y sobre el impacto que genera para el país en cuanto al empleo generado.

El grupo, que opera en la actualidad con 1.141 cuartos -874 en Cabo Verde y 267 en Brasil- y emplea a unos 750 trabajadores directos, surge en 1993 tras unas vacaciones de un grupo de amigos portugueses, entre los que se encontraba el Sr. Agostinho Abade, actual Presidente del Grupo Oásis Atlântico, en la isla de Sal. Estos amigos se interesaron por la isla y su potencial turístico, adquiriendo una empresa local, la Companhia de Fomento, que se dedicaba a la extracción y exportación de sal desde el inicio del siglo XX gracias a lo que poseía un amplio patrimonio inmobiliario en la isla.

En a misma época, el gobierno de entonces comenzó un proceso de privatización de las principales unidades hoteleras de propiedad estatal, adquiriendo el grupo tres hoteles: el Hotel Praia Mar en la capital del país, el Belorizonte en Sal y el Hotel Xaguate en la isla de Fogo, completándolos posteriormente con el Hotel Porto Grande en la isla de São Vicente.

En el año 2000 en grupo se expande a Fortaleza, en Brasil, donde opera con dos hoteles y donde tiene proyectos turísticos e inmobiliarios en desarrollo. A partir de ese momento, el grupo no ha dejado de expandirse, aumentando la capacidad en el Hotel Belorizonte e inaugurando el Hotel Novorizonte en la misma isla de Sal , en la que contamos con 363 habitaciones entre ambos.

En 2013 el grupo inaugura el Hotel Salinas SEA, con 338 cuartos de cinco estrellas, y planea en un futuro cercano el lanzamiento del proyecto Salinas Sand, también en la isla de Sal, que contará con 450 habitaciones y apartamentos. En el largo plazo, contamos construir un complejo residencial de 427 apartamentos turísticos en un área de 35.000 m2, el Salinas Residence. También invertimos en renovación y el hotel Belorizonte acaba de inaugurar 72 bungalós. En Boa Vista, el grupo tiene proyectos como el Chaves Resort, con una inversión de 66 millones de euros para un hotel de 550 habitaciones, o el Sal Rei Villa, en Sal Rei, que contara con 120 cuartos.

El Grupo Oásis Atlântico quiere afirmarse en mercados lusófonos y en el eje Europa-África-América, intentando aprovechar el factor histórico que une a los pueblos de estos continentes. Quiere ser reconocido como un grupo multicultural que apuesta por la historia y la cultura para que las vacaciones sean una experiencia para recordar. Buscamos diferenciarnos de la competencia convirtiendo las vacaciones en un momento de intercambio y aprendizaje con los pueblos de destino y de enriquecimiento personal a través de la decoración, de la gastronomía, de las actividades de animación y de la responsabilidad social corporativa.

Cada hotel es un pedazo del país de acogida en el mundo Oásis.

¿Cuál es la ocupación de los hoteles y cuál es el perfil del visitante del Grupo Oásis Atlântico?

En esto último dos años, las tasas de ocupación rondan el 70%. Son niveles satisfactorios teniendo en cuenta la estacionalidad en los meses de mayo a junio y demuestran la demanda internacional de nuestros servicios.

Los hoteles acogen a un publico internacional que varía en cuanto a su procedencia en función de la época. De noviembre a abril son más habituales los huéspedes escandinavos, alemanes y británicos, que rondan los 50 o 65 años y que buscan sosiego. De mayo a octubre nos frecuentan personas del sur de Europa: españoles, portugueses, franceses e italianos. También recibimos visitantes del este de Europa, un nuevo mercado en crecimiento, sobre todo de Polonia, Chequia y Hungría.

Seguimos intentando atraer otros mercados y nacionalidades, entre

los que destaca el mercado ruso, aunque las dificultades de conexión con este país son un obstáculo que dificulta la llegada de estos turistas.

El Grupo Oásis Atlântico es un caso de éxito caboverdiano: ¿cuáles son las ventajas competitivas que el grupo ofrece frente a la competencia y que explican las buenas cifras del grupo?

En primer lugar, el hecho de estar presente ene tres islas, próximamente en una cuarta isla, Boa Vista, nos distingue ya que ninguna empresa hotelera en Cabo Verde tiene esta presencia.

En segundo lugar, somos un grupo que valora mucho la cultura caboverdiana. Eso se demuestra en la práctica hotelera, tanto en la inversión que realizamos año tras año en nuestras actividades de animación como en la gastronomía que ofrecemos. No somos un grupo de dimensión internacional que normalice o estandarice el producto. En cada hotel, el cliente encuentra un pedazo de la cultura y gastronómica de Cabo Verde y de la isla en donde se encuentra, acompañado de música en directo a cargo de músicos locales.

En tercer lugar, nuestra atención es personalizada y huimos del modelo de gran hotel sin contacto con los huéspedes. Buscamos un contacto familiar. Buscamos la proximidad y el acercamiento a la cultura local.

En cuarto lugar, nuestra localización, junto a una de las Siete Maravillas de Cabo Verde, la playa de Santa María en el caso de nuestros hoteles en Sal, una de las mejores del mundo, supone una ventaja. También estamos cerca de los centros urbanos en todas las islas, que son espacios a los que los turistas pueden desplazarse con facilidad para convivir con los caboverdianos y frecuentar otros espacios como clubs o restaurantes donde divertirse y escuchar música en directo.

Los hoteles Oásis han acompañado a la historia social y política de estas islas, y es por eso que pueblo caboverdiano nos tiene en alta estima. Además, como no podría ser de otra manera, el grupo contribuye al bienestar del país al cumplir con sus obligaciones fiscales, su responsabilidad social corporativa y al mantener empleos a gran escala generando riqueza. Esto dice mucho sobre cómo el grupo Oásis Atlântico ha venido conformado su camino hacia la sostenibilidad a largo plazo y es la imagen de marca que queremos cultivar y transmitir.



20 YEARS CONNECTING BUSINESS PEOPLE



www.winne.com

ENTERTAINMENT AND BUSINESS

AFRICA REVIEW

THE PREMIER REVIEW FOR BUSINESS GLOBETROTTERS

Join us!



We will be delighted to welcome you in our community!

ebizafricareview

eBizAfricaRev

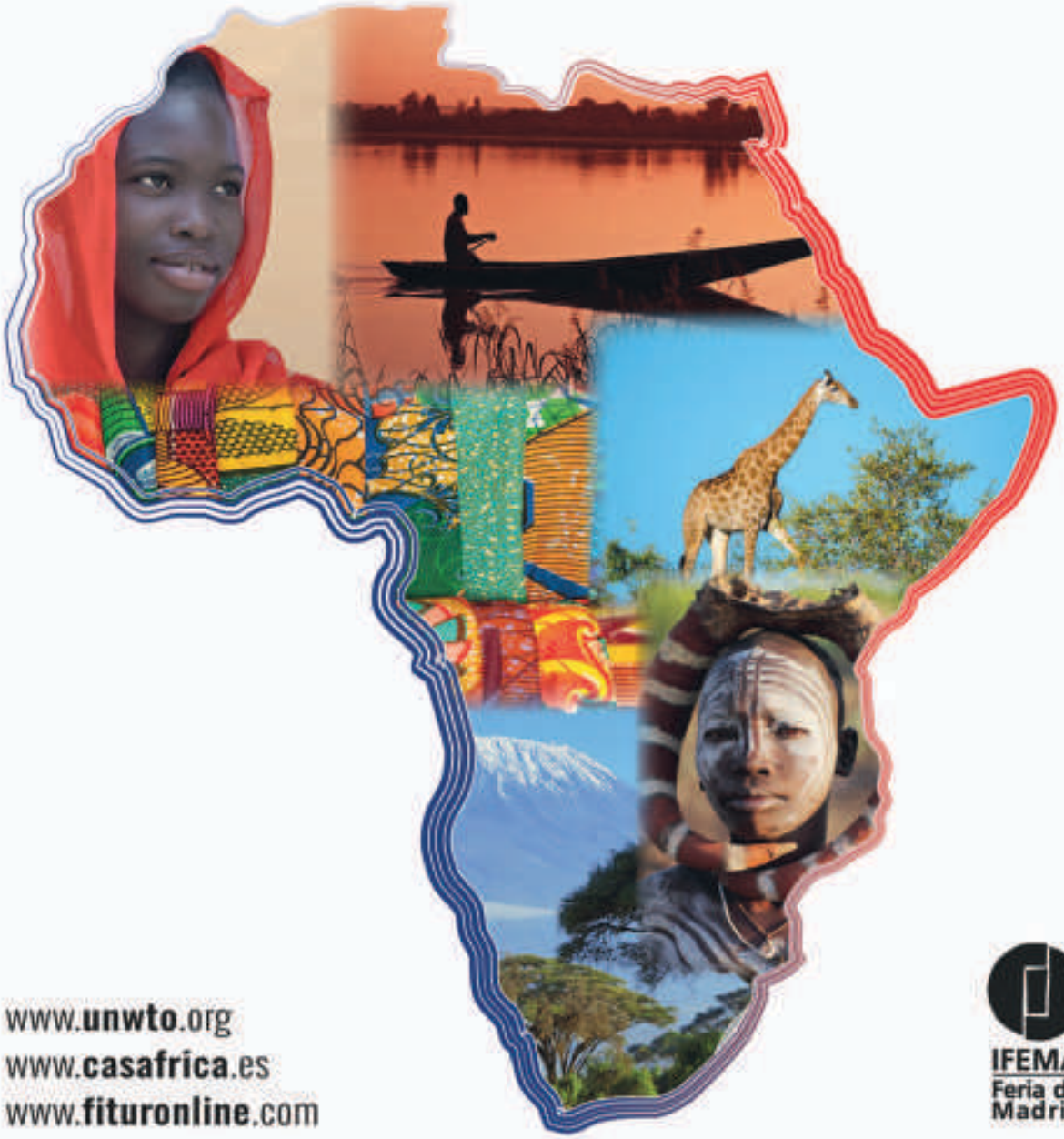
eBizAfricaRevew

eBizAfricaRev

Investour

UNWTO | Fitur Salon International du Tourisme | CASA ÁFRICA

FORUM TOURISTIQUE SUR LES INVESTISSEMENTS ET LES OPPORTUNITÉS D'AFFAIRES EN AFRIQUE



www.**unwto**.org
www.**casafrica**.es
www.**fituronline**.com

IFEMA Feria de Madrid