

“Piégée” et “ensanglantée”, la célèbre Instagrameuse Cassandra Forêt dénonce la cruauté de Canada Goose

La jeune star des réseaux sociaux se joint à PETA pour appeler la marque à cesser d'utiliser la fourrure de coyotes cruellement piégés et tués



Paris – Lors d'une mise en scène publique à Paris aujourd'hui, **Cassandra Forêt** – chanteuse, star des réseaux sociaux et petite sœur de Jade Lagardère – a posé jambes nues dans une fausse veste Canada Goose, prise dans un piège à mâchoire métallique, la jambe « ensanglantée ». Elle était étendue sur un panneau circulaire estampillé « Cruauté Canada Goose » et entourée de militants tenant des pancartes et distribuant des tracts pour informer les gens sur la manière dont les coyotes sont piégés dans la nature et violemment tués pour leurs peaux.

« La fourrure de ces coyotes leur appartient, et n'a rien à faire sur un manteau », déclare Cassandra Forêt. « Il n'y a rien de glamour à porter la peau d'animaux morts. Après avoir appris à quel point ils souffrent, j'ai voulu m'engager, et j'invite les gens à me rejoindre pour dire non à l'immense souffrance engendrée par Canada Goose. »

PETA – dont la devise dit notamment que « les animaux ne nous appartiennent pas et [que] nous n'avons pas à les utiliser

comme vêtements » – rappelle que la fourrure utilisée pour les garnitures des vestes Canada Goose provient de coyotes sauvages piégés dans la nature, qui agonisent souvent des jours durant, d'hémorragies, de déshydratation, de faim, de gelure, de gangrène et d'attaques de prédateurs. On sait que parfois, des mères désespérées de s'enfuir pour aller retrouver leurs bébés affamés vont jusqu'à se ronger leurs propres membres. Les animaux qui sont encore en vie au retour du trappeur sont [abattus au fusil](#), étranglés, écrasés au sol ou battus à mort.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur PETAFrance.com.

Le cœur de la ville de Blankenberge bat et ne laisse personne indifférent



La nouvelle identité et le nouveau style de Blankenberge affirment la position de PlaceToB de la ville à la côte belge



Mardi 16 janvier 2018 –

Aujourd'hui, la ville de Blankenberge dévoile sa nouvelle identité aux habitants et à la presse. Le Bourgmestre Ivan De Clerck, en présence de la présentatrice Erika Van Tielen, a hissé les tout nouveaux drapeaux sur le toit de l'hôtel de ville et a déroulé une grande banderole avec le nouveau logo de Blankenberge. Pour la première fois, la ville côtière voit les choses en grand avec une toute nouvelle identité dont le cœur et les rayures noires et blanches sont centrales. Ces dernières années, les investissements ont porté sur le patrimoine public de la ville et de nombreux projets ambitieux verront le jour prochainement.

« Nous sommes fiers de présenter le nouveau Blankenberge aujourd'hui. Cette nouvelle identité doit mettre la marque Blankenberge sur la carte. Dans le passé, nous nous sommes trop peu concentrés sur les nombreux atouts que notre ville a à offrir. Blankenberge est authentique, mais en même temps constamment en mouvement. C'est précisément pour cela qu'il est temps de changer, pour une nouvelle identité qui montre immédiatement qui nous sommes vraiment », explique le Bourgmestre Ivan De Clerck.



Depuis de nombreuses années, un vent nouveau souffle sur Blankenberge. Les rues du centre ont été réaménagées et la gare entièrement rénovée. La bibliothèque a déménagé dans un bâtiment entièrement rénové et le complexe sportif de Sportdoze et le Skateplaza ont ouvert leurs portes. Le Point

Info Tourisme a élu domicile dans la Hoogstraat afin d'encore mieux informer les visiteurs de la ville. En 2018, débutera la construction d'une nouvelle piscine remplie à l'eau de mer et d'ici l'été les travaux de la nouvelle place dédiée aux événements (Leopold III-plein) seront finis.



L'ambiance unique de Blankenberge avec son patrimoine exceptionnel et ces atouts culturels divers, tels que la Belle Epoque séduit un public large et fidèle. Le mélange de nature, mer et plage, l'offre culinaire et shopping varié, un

calendrier riche en événements et une large gamme d'attractions pour toutes les météos, font de la ville une attraction touristique dynamique.

« Notre mission est de faire de Blankenberge une ville ouverte et chérie où il y a beaucoup à découvrir. Nous voulons toujours être ouverts, accessibles et disponibles pour tous. Pour les habitants, les propriétaires de seconde résidence, les touristes et les entrepreneurs. La nouvelle identité doit renforcer les ambitions de Blankenberge », commente le Bourgmestre.

Blankenberge adopte un nouveau logo

Afin de distinguer Blankenberge des autres villes côtières belges, des recherches ont été faites pour trouver les caractéristiques uniques qui donnent une certaine individualité à la ville. « Les



rayures noires et blanches sont les couleurs de Blankenberge. Elles reviennent à la fois dans les armoiries et les

emblématiques cabines de bain roulantes de Blankenberge. Un clin d'œil au passé à la fois contemporain et intemporel, mode et branché avec un lien vers le maritime. A côté de cela, Blankenberge veut être une ville aimée. Les armoiries ont été transformées en cette icône reconnaissable – le battement de cœur de Blankenberge », explique l'Echevin Philip Konings, responsable de la communication.

En 2018, la nouvelle approche et la nouvelle identité seront entièrement déployées, avec respect pour ce qui était et ce qui arrive. Les rayures noires et blanches et le nouveau logo seront de plus en plus visibles en rue sur les affiches, les flyers, les drapeaux et les panneaux publicitaires. Le magazine de la ville Info Blankenberge a été repensé et s'appelle désormais HALLO Blankenberge. De plus, les brochures touristiques 2018 font peau neuve et quelques accessoires tels sacs, essuies de plage, bics, cartes postales et magnets ont été développés. Ils sont dès à présent en vente au Point Info Tourisme.

Blankenberge se concentre sur les réseaux sociaux et en ligne

Le nouveau site de la ville de Blankenberge a été divisé en deux entités. Sur le site de la ville www.blankenberge.be, lancé début mars, les habitants et propriétaires de seconde résidence pourront trouver par thème toutes les informations à propos des différents services de la ville. La facilité d'utilisation restera centrale afin que les citoyens puissent rapidement accéder à l'information qu'ils cherchent.

Via le site touristique www.visit-blankenberge.be lancé aujourd'hui, les visiteurs trouveront toutes les informations sur l'offre variée d'activités de la ville. Un aperçu pratique des événements, des établissements horeca et des possibilités d'hébergement, animé par des images promotionnelles, devrait donner envie aux visiteurs de réserver et préparer leur visite à Blankenberge. Le site évoluera en fonction des saisons, des thèmes spécifiques et des festivités à l'agenda afin que les

visiteurs soient informés pro activement de l'offre actuelle à Blankenberge.



La ville de Blankenberge ne peut plus être ignorée sur les réseaux sociaux. « Toerisme Blankenberge » est actif depuis quelques mois sur Instagram. Depuis 2016, la page Toerisme Blankenberge existe sur Facebook, proposant des photos et infos sur les différents événements de la ville. Dès aujourd'hui une page de la ville voit le jour. La page Facebook de la ville de Blankenberge offrira un large éventail d'informations : touristiques, événementielles, mais aussi des informations sur les différents services de la ville, ainsi que des messages d'utilité publique et d'autres faits amusants.

« De plus en plus de personnes sont actives sur les réseaux sociaux. C'est un canal idéal pour promouvoir Blankenberge et en tant que ville nous ne pouvons pas en être absents. Nous voulons mettre en avant les atouts de Blankenberge par le biais de partage de photos de visiteurs et habitants sur nos profils. Nous invitons tout le monde à utiliser les hashtags #Blankenberge, #visitblankenberge et #PlaceToB lors de partages à propos de la ville sur les réseaux sociaux », conclut l'Echevin en charge de l'ICT, Björn Prasse.



Number of US Tourists Visiting Russia Grows 25% in 2017 – Russian Trade Envoy

WASHINGTON (Sputnik) – The number of American tourists visiting Russia has grown significantly this year, while Russian exports have also performed well, the Russian Trade Representative in the United States, Aleksander Stadnik, told Sputnik.



“Today, American tourists visiting our country rank third after Chinese and German tourists. Since the beginning of the year, the total flow of tourists from the United States to Russia has grown by a quarter,” Stadnik said on Thursday.

Stadnik noted that between 270,000 and 280,000 US [tourists](#) visited Russia in 2017.

“That is nearly double the number of tourists from the United

States in 2013, after their number decreased in 2014 and 2015,” Stadnik noted.



[Russia-US relations](#) have deteriorated since 2014 after the outbreak of the crisis in Ukraine and Crimea’s reunification with Russia. The

United States and some of its allies have imposed several rounds of sanctions against Russia.

[READ MORE: Russia Notifies US of Rejection of Several Agreements Within Open Skies Treaty](#)

In addition, the United States has accused Russia of meddling in its 2016 presidential election. Russia has repeatedly refuted allegations of meddling and called the claims groundless.

US-Russia trade turnover



The US-Russia trade turnover has increased by 15-17 percent this year and hopefully the growth will reach 20 percent in 2018, Aleksander Stadnik told Sputnik.

“We expect the year-end results to show that trade turnover has risen by 15-17 percent. We will aim for at least 20 percent next year,” Stadnik said Thursday.

This year’s results indicate an increase of about 2.7 billion dollars in trade turnover as compared to 2016, he added.

Stadnik noted that non-commodity goods account for about 97.5 percent of Russian exports to the United States.

“At the same time, there is growth in exports of our non-commodity, non-energy goods by almost 20 percent, high-tech goods by more than 42 percent, innovative goods by 28 percent, and machinery and technical products by almost 22 percent,” he said. “Commodity exports, despite only amounting to 2.5 percent, have also grown by more than 20 percent.”

Stadnik also said that Russia’s imports from the United States are almost 100 percent non-commodity goods, which grew by 16.5 percent this year.

The import of high-tech goods increased by almost 24.5 percent, innovative goods by 21 percent, and machinery and technical products by 20.5 percent, he added.

“Russian and American business circles are actively seeking new opportunities for mutually beneficial cooperation,” Stadnik said, adding that they are looking into developing sustainable trade, unified and transparent mechanisms and standards for commodity flows, transport and logistic infrastructure.

Stadnik said that regardless of the current state of relations between Russia and the United States in terms of trade and economics, the two countries’ business communities continue to actively engage in mutually beneficial cooperation.



[READ MORE: Strengthening of Sanctions to Be Overwhelming Risk for Russia-US Ties – Kremlin](#)

The trade envoy noted that Russia supports such cooperation at the highest levels, citing President Vladimir Putin's meeting with the heads of some 150 US companies at the St. Petersburg International Economic Forum, as well as meetings that the Russian Trade Minister and Economic Development Minister held with US business leaders in New York to the invitation of the US-Russia Business Council.

"There were no such initiatives taken by the US," he added.

Western Sanctions

"The whole period of the latest [western sanctions](#) demonstrates that Russia has been successfully resolving import substitution issues with respect to essential goods – the best example is agriculture – as well as attracting investors," Stadnik said.

Stadnik noted that some investment banks have warned of alleged dangers of investing in Russia given the sanctions, but added that there is no stopping Russia's economic growth.

"But this is mainly Western banks, such as Merrill Lynch," Stadnik said. "Russia cannot be stopped by sanctions. This is not a slogan, it is an objective reality, confirmed by the growing macroeconomic indicators and the growing authority of our country."

In the spring of 2014, after Crimea reunified with Russia, the United States and EU restricted the access of the largest Russian banks and companies to Western financing and introduced sectoral sanctions.

[SPUTNIK](#)

Nordica will expand its operations at Groningen Airport in spring 2018 with two new routes. In addition to the existing Copenhagen route, Estonian airline will start to fly also between Munich and Brussels



Estonian airline Nordica will add two new routes from Groningen Airport in next spring. As per March 26, 2018 it is possible to fly also Brussels and Munich. Both airports are so called hub-airports allowing

good connectivity from Groningen via hubs to all over the world.

With this strong expansion the airport makes a big step towards the realization of their future ambitions. The whole world is within reach with these new destinations from Groningen Airport Eelde. The airport will be the starting point for travelers from the Northern part of The Netherlands for a holiday, a city-break or a business trip. Munich will be connected daily and Brussels six times a week.

Nordica bases a CRJ700 at Groningen Airport Eelde from 25th of March and will be looking at recruiting local cabin crew and

pilots. Estonian airline is in a strong expansion phase and expects to show positive financial result in 2017.

As per today tickets to Copenhagen, Munich and Brussels are available, from € 99,- for a return ticket, via www.flynordica.com or at a (business) travel agency.

Cooperation with Star Alliance Partners

The connections to Copenhagen, Munich and Brussels are operated by Nordica, in cooperation with LOT Polish Airlines. Through connections from these hub-airports are offered by SAS Scandinavian Airlines, Lufthansa and other Star Alliance partners.

Eurostar launches new loyalty programme

The logo for Club Eurostar, featuring the text "CLUBEUROSTAR" in white, uppercase letters, centered between two horizontal white lines on a dark blue background.

CLUBEUROSTAR

- Club Eurostar will be open to all passengers
- Members will be rewarded for frequency of travel and spend
- More ways to spend points including upgrades

Eurostar, the high-speed rail service linking the UK and mainland Europe, announces the launch its new loyalty programme, Club Eurostar. Available to leisure and business travellers, the new programme offers more flexibility, additional benefits, and is accessible to all passengers

across the world without any fees or qualifying fares.



Comprised of three membership levels, Club Eurostar is designed to benefit all travellers and reward customers for their frequency of travel and spend, as opposed to their class of service. Plus, for the first time, members will be able to spend points on upgrades, in addition to free tickets and discounted travel without any blackout dates or fees.

Dorothee Mariotte, Senior Customer Insight and Retention Manager, Eurostar, said:



“We’re delighted to launch our new loyalty programme, which offers both leisure and business travellers a more streamlined offer making it easier for customers to book tickets and access benefits and rewards in a few simple clicks.

Following customer feedback, we’ve made Club Eurostar accessible to all our passengers, irrespective of how much they travel or spend. We can’t wait for our new members to sign up so they can start benefiting from the great range of rewards.”

Easy to use

With brand new self-service options on the new app launching soon, it will be quick and easy for passengers to manage their loyalty points, view the discounts they are entitled to, and access the lounges without the need for a physical card.

When making a booking, customers will earn 1 point for every £1 spent on tickets and members may spend them on Eurostar travel, upgrades, and ticket discounts in 2018. Avantage and Carte Blanche members will also be able to spend points on a selection of curated products including electronics, fashion accessories, watches, fragrances and travel accessories at the online Club Eurostar Shop.



Club tiers and benefits

Classique and all club levels

- All new members will join Eurostar as a Classique member
- Spend points on Eurostar tickets and upgrades
- Access special offers and discounts from Eurostar and partners
- Share points with family and friends

Avantage

- Attained when members earn 400 points from Eurostar travel or after 5 return journeys in their membership year.
- Spend points on travel with Rail Team partners*
- Spend points on gifts on the new online Club Eurostar Shop

Carte Blanche (in addition to above)

- Attained when members earn 1,800 points from Eurostar travel or after 24 return journeys in their membership year.
- Use of fast-track check-in
- Access to Eurostar Business Premier lounges and use of Business Premier ticket office
- Access to Rail Team Lounges
- Pre-bookable taxi service
- Dedicated support

For more information on Club Eurostar or to book Eurostar

tickets visit www.eurostar.com

- Club Eurostar will be open to all passengers
- Members will be rewarded for frequency of travel and spend
- More ways to spend points including upgrades

Eurostar, the high-speed rail service linking the UK and mainland Europe, announces the launch its new loyalty programme, Club Eurostar. Available to leisure and business travellers, the new programme offers more flexibility, additional benefits, and is accessible to all passengers across the world without any fees or qualifying fares.

Comprised of three membership levels, Club Eurostar is designed to benefit all travellers and reward customers for their frequency of travel and spend, as opposed to their class of service. Plus, for the first time, members will be able to spend points on upgrades, in addition to free tickets and discounted travel without any blackout dates or fees.

Dorothee Mariotte, Senior Customer Insight and Retention Manager, Eurostar, said:

“We’re delighted to launch our new loyalty programme, which offers both leisure and business travellers a more streamlined offer making it easier for customers to book tickets and access benefits and rewards in a few simple clicks.

Following customer feedback, we’ve made Club Eurostar accessible to all our passengers, irrespective of how much they travel or spend. We can’t wait for our new members to sign up so they can start benefiting from the great range of rewards.”

Easy to use

With brand new self-service options on the new app launching soon, it will be quick and easy for passengers to manage their loyalty points, view the discounts they are entitled to, and access the lounges without the need for a physical card.

When making a booking, customers will earn 1 point for every £1 spent on tickets and members may spend them on Eurostar travel, upgrades, and ticket discounts in 2018. Avantage and Carte Blanche members will also be able to spend points on a selection of curated products including electronics, fashion accessories, watches, fragrances and travel accessories at the online Club Eurostar Shop.

Club tiers and benefits

Classique and all club levels

- All new members will join Eurostar as a Classique member
- Spend points on Eurostar tickets and upgrades
- Access special offers and discounts from Eurostar and partners
- Share points with family and friends

Avantage

- Attained when members earn 400 points from Eurostar travel or after 5 return journeys in their membership year.
- Spend points on travel with Rail Team partners*
- Spend points on gifts on the new online Club Eurostar Shop

Carte Blanche (in addition to above)

- Attained when members earn 1,800 points from Eurostar travel or after 24 return journeys in their membership year.
- Use of fast-track check-in
- Access to Eurostar Business Premier lounges and use of Business Premier ticket office
- Access to Rail Team Lounges
- Pre-bookable taxi service
- Dedicated support

For more information on Club Eurostar or to book Eurostar

tickets visit www.eurostar.com

UIA launches new scheduled transatlantic flights between Toronto and Kiev



June 6, 2018,

Ukraine

International

launches new non-stop scheduled flights between Toronto and Kiev. Tickets are available at

UIA ticket offices, the carrier's official website, and authorized travel agencies.



The new triple-weekly flights will be operated on long-haul wide-body Boeing 767-300 aircraft with three-class cabin configuration – Business Class, Premium Economy Class, and Economy Class. Travel time from to Kiev is 9 hours 25 minutes and from to Toronto – 10 hours 25 minutes.

UIA offers one-way economy class tickets (all taxes and surcharges included) for Toronto – Kiev flights at the price from 590 USD.

Flight schedule:

Flight	Destination	Days	Departure*	Arrival*
PS242	Toronto – Kiev	1.3..6.	23:15	16:05 +1

PS241	Kiev – Toronto	1.3..6.	11:10	14:35
-------	----------------	---------	-------	-------

*Local time

“UIA keeps enhancing its long-haul route network, – noted Evgeniya Satska, UIA Communications Director. – The launch of non-stop scheduled services connecting Toronto and Kiev is a long-awaited step empowering the airline to arrange transcontinental transit with optimal connections at Kiev Boryspil International Airport. Therefore, passengers may take full advantage of vast travel opportunities in Ukraine and beyond to the capitals and key cities of Asia, the Middle East, and the CIS countries.”



For information:

Ukraine International Airlines was founded in 1992. UIA is a privately owned carrier. The airline connects Ukraine with 80+ capitals and key cities of Europe, Asia, America, Africa, the Middle East, and CIS countries providing connections with its international partners' flights to over 3,000 other destinations worldwide. UIA operates over 1100 scheduled flights per week. Ukraine International operates 40 aircraft including 25 medium haul Boeing 737 NG aircraft with the average age of 9 years. Currently, UIA fleet's average age amounts to 11.9 years. The base airport for UIA is Kiev Boryspil (KBP). For more information on UIA visit the company's website www.flyUIA.com

AIR EUROPA renforce son programme de fidélité en offrant plus d'avantages !



Le programme de fidélité SUMA d'Air Europa devient l'un des plus généreux du secteur ! La compagnie double, triple ou quadruple les miles selon le type de billets achetés !

C'est le cadeau d'Air Europa pour remercier de leur fidélité les plus de 500.000 membres du programme SUMA, depuis sa création il y a deux ans.

Depuis le mois de décembre, pour chaque euro dépensé à l'achat d'un billet en classe économique, les clients SUMA obtiennent 5 miles au lieu de 2 sur les vols européens, et 6 miles au lieu de 3 sur les vols intercontinentaux.

Bien sûr **Air Europa** remercie aussi ses membres en classe Business : ils peuvent obtenir les mêmes avantages que les passagers de la classe économique, avec encore 3 miles de plus ! Soit un total de 8 miles par euro dépensé sur les

trajets européens, et 9 miles par euro sur les trajets intercontinentaux. A titre d'exemple, un passager Business qui volera sur une destination USA ou Caraïbes obtiendra suffisamment de Miles pour un vol national en classe économique.

Cette action complète une série de mesures déjà prises par la compagnie aérienne afin de créer des liens uniques entre elle et ses membres fidèles.

En accumulant les Miles plus vite, les clients pourront aussi les échanger plus rapidement contre des services et des produits.

D'autre part, les clients possesseurs d'une carte SUMA Silver, Gold ou Platinum recevront respectivement un bonus en miles de 50%, 75% et 100%, en plus des miles obtenus à l'achat de leurs billets.

Chaque passager d'**Air Europa** peut aussi obtenir des miles SUMA en achetant non seulement des vols sur **Air Europa**, mais aussi des vols sur toutes les compagnies ou des biens et services chez tous les partenaires de l'alliance **SkyTeam**.

Toutes les informations utiles sur le programme SUMA d'**Air Europa** se trouvent sur ce lien :

<https://www.aireuropa.com/fr/vols/fidelizacion>

Air Europa propose de très bonnes connexions au départ de Bruxelles, Amsterdam, Frankfurt et Paris à des tarifs très concurrentiels en classe économique et en classe business. Spécialiste des vols intérieurs espagnols et des vols intercontinentaux vers l'Amérique latine, Air Europa est également membre de Skyteam. Les passagers peuvent ainsi bénéficier des avantages du programme de fidélisation SUMA d'Air Europa.

Air Europa est représentée en Belgique par Glenaki Tourism Consultancy, Christine Van Nuffel, tél. 050 61 42 07, christine@glenaki.com

Bilan de RSF : les chiffres restent alarmants



Reporters sans frontières (RSF) publie son bilan annuel des exactions commises contre les journalistes dans le monde. En 2017, 65 journalistes ont été tués, 326 sont actuellement en détention et 54 sont retenus comme otages.

Le bilan RSF 2017 des exactions commises contre les journalistes établit que 65 d'entre eux ont été tués, soit dans l'exercice de leurs fonctions*, victimes par exemple d'un bombardement, soit assassinés parce que leurs enquêtes dérangeaient. Les reporters assassinés représentent d'ailleurs la part la plus importante de ces statistiques, soit 60%.

Ces chiffres restent alarmants. L'année 2017 est néanmoins la moins meurtrière pour les journalistes professionnels (50) depuis 14 ans. Depuis 2012, la baisse est même constante. Certes, ces derniers fuient des pays devenus trop dangereux, comme la Syrie, le Yémen ou la Libye... Mais RSF observe une plus grande prise de conscience des enjeux de protection des journalistes. Depuis 2006, plusieurs résolutions sur ce thème ont été votées à l'ONU et des procédures de sécurité mises en place dans de nombreuses rédactions.

Cette baisse ne s'applique pas aux femmes journalistes tuées dont le nombre a doublé en un an : dix sont mortes, contre cinq en 2016. La plupart d'entre elles avaient en commun d'être des journalistes d'investigation chevronnées et

pugnaces. Malgré les menaces, elles continuaient à enquêter, à révéler des cas de corruption, d'extrémisme violent ou de trafic de drogue comme le faisaient, Daphne Caruana Galizia à Malte, Gauri Lankesh en Inde ou Miroslava Breach Velducea au Mexique.

Autre tendance notable de l'année 2017, certains pays en paix deviennent presque aussi dangereux pour les journalistes que les zones de guerre : 46% des reporters tués l'ont été dans des pays où il n'y a pas de conflits déclarés, contre 30% en 2016. Le Mexique affiche désormais presque autant de morts (11) que la Syrie, pays le plus meurtrier pour les reporters (12 tués).

“Les journalistes d'investigation qui travaillent sur de grands sujets tels que la corruption ou les scandales environnementaux jouent un rôle fondamental de contre-pouvoir et sont en cela lâchement assassinés par ceux que ces enquêtes dérangent, déplore Christophe Deloire, secrétaire général de RSF. Mener des enquêtes dans certains pays en paix est en train de devenir aussi dangereux que de couvrir un conflit. Cette situation alarmante rappelle la nécessité de davantage protéger les journalistes.”

Au 1er décembre 2017, 326 journalistes se trouvaient derrière les barreaux pour avoir exercé leur profession. Comme pour la catégorie des tués, le nombre de détenus est moins important cette année (-6%). Bien que la tendance générale soit à la baisse, certains pays se démarquent pourtant par un nombre inhabituel de journalistes prisonniers. C'est le cas par exemple de la Russie et du Maroc. Pour autant, près de la moitié des journalistes détenus à travers le monde continuent de l'être dans seulement cinq pays. La Chine et la Turquie sont toujours les plus grandes prisons de journalistes au monde, suivies par la Syrie, l'Iran et le Vietnam.

Enfin, 54 journalistes sont actuellement aux mains de groupes armés non étatiques, comme le groupe Etat islamique ou les

Houthis au Yémen. Près de trois quarts des otages sont des journalistes locaux, qui travaillent souvent dans des conditions précaires et risquées. Les journalistes étrangers otages à ce jour ont tous été enlevés en Syrie, sans que l'on soit en mesure de déterminer où ils se trouvent actuellement.

[Voir le bilan ici](#)

REPORTERS SANS FRONTIÈRES/ REPORTERS WITHOUT BORDERS

Pauline ADES-MEVEL

Responsable du bureau UE/Balkans

Head of EU-Balkans desk

The Extraordinary MCE South Europe 2017 was Successfully Delivered, Exceeding all Expectations.



This week, the 3rd edition of MCE South Europe took place in Catania, Sicily, Italy. The forum has been brought to life already 3 years ago to showcase South Europe as a wonderful and resourceful MICE destination. Once more, a rich variety of South European MICE Solution Providers came to the

island to represent their destination and build strong relationships with leading event planners keen on finding new business partnership.

This year, the event was hosted at the Four Points by Sheraton Catania Hotel & Conference Center. All participants were welcomed at Catania

Fontanarossa Airport by the organizers Europe Congress, the Sicily Convention Bureau and event partner Incoming Italy DMC.

“We at Incoming Italy were excited to welcome all MCE South Europe guests to Sicily. As one of the leading Italian DMCs we are proud to have been part of this prestigious event and are always looking forward to offer a warm experience in our beautiful country. I can’t wait for all event planners and their groups to return to Catania for us to showcase all the fantastic possibilities that this incredible region has to offer.” tells Mr. Pedro Marugan from Incoming Italy DMC.

After the hotel venue arrival and the welcome reception at the property, the evening progressed to one of the Sicilian jewels, the city of Taormina, to spend a wonderful dinner time with sea view at the Hotel Villa Diodoro by Gais Hotels Group on their terrace and in their wonderful dining hall. The evening was made complete by thematic Dolce Vita entertainment brought by event partner Azimut.



Monday the 9th of October brought business generating pre-scheduled and matchmade B2B meetings, a presentation of all the participating South European destinations and of course a lot of networking activities. For the evening program Il Giardini de Villa Fago, an exceptional venue at the foot of Mount Etna, was chosen. All forum participants were offered a fabulous evening. A welcome reception in the beautiful gardens, a fantastic dinner with opera performances and traditional musicians, topped off by a little after party completed the days success.

Daniela Marino from Sicilia Convention Bureau said “It was a great pleasure and opportunity for us to have MCE South Europe and its participants in Catania, Sicily. We are very proud of the excellent proceedings of the event in which every partner was fully involved to achieve excellence. We hope all participants had the time to discover the beauty of our island



and we're confident to see successful MICE business as the result of it."

Tuesday saw a keynote performance by event MC, Jonathan Bradshaw, delivering an updated version of his masterpiece: Meetology®: The fascinating psychology powering interpersonal communication. This highly engaging performance was followed by further B2B meetings and networking features as luncheons and coffee breaks. The event was formally closed through short speeches by the Sicily Convention Bureau and the organizing company, Europe Congress.

"The forum in Catania, Sicily was a great success. Together with all involved event partners we have offered all participants a very rich program. We're happy to have been able to create so many new cooperation's for new MICE business with South Europe as a destination and will think back with great pleasure about the created experience in Sicily." Alain Pallas, Managing Director of Europe Congress said.

We are then very much looking forward to MCE South Europe 2018 that will take place in Thessaloniki in October 2018!

**For more information and participation possibilities, please contact
Europe Congress on:**

Email: info@europecongress.com or Telephone: +420 226 804 080



MCE South Europe 2018 in Thessaloniki

	<p>Dates: 8, 9 & 10 October 2017</p>
	<p>Place: Four Points by Sheraton Catania Hotel & Conference Center, Catania, Sicily</p>
	<p>Key Benefits:</p> <ul style="list-style-type: none">• 2,5 days MICE one-stop-shop B2B forum;• High quality event venue: Four Points by Sheraton Catania Hotel & Conference Center• Minimum of 30 to 35 pre-scheduled and match-made one-to-one meetings with Hosted Buyers most likely to be your next business partners;• 80-100 qualified, reference checked and high volume MICE event producing Hosted Buyers having outgoing MICE business for South Europe will meet exclusively with 60 Solution Providers from the region;• Total of up to 200 persons remain together for the event days: No visitors;• Numerous educational sessions by MICE industry experts• Promotional sessions emphasizing the potential of South Europe;• Networking sessions offering full catering such as coffee breaks, luncheons, welcome reception, dinners and an after-dinner party to increase interaction.
	<p>Agenda and Program:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • <p>Pre-scheduled and match-made one-to-one meetings</p> <ul style="list-style-type: none"> • <p>Day networking, benchmarking and socializing in an inspiring environment</p> <ul style="list-style-type: none"> • <p>Keynotes by industry experts addressing trending industry topics</p> <ul style="list-style-type: none"> • <p>Social gatherings as coffee breaks, luncheons, dinners, reception and party.</p>
--	---

Participants:

60 Convention Bureaus and MICE Providers from South European Countries:

<ul style="list-style-type: none"> • Albania • Bulgaria • Croatia • Cyprus • France • Greece • Italy • Macedonia 	<ul style="list-style-type: none"> • Malta • Monaco • Montenegro • Portugal • Romania • Slovenia • Spain • Turkey
--	---

1. 80 – 100 leading event planners and decision makers in their organization of:

2. Origin:

- Germany, Austria, Switzerland: 20%
- United Kingdom & Ireland: 15%
- France, Benelux & Scandinavia: 20%
- Central & Eastern Europe: 10%
- Russia & CIS: 10%
- Middle East & Asia: 15%
- North America: 10%

Type:

- 65% Agencies
- 25% Corporate
- 10% Associations

Organizer:

Europe Congress, Phone: +420 226 804 080, E-Mail: info@europecongress.com

Le SKÅL INTERNATIONAL BRUSSELS... est en marche !



**Un message de Richard
EECKHOUT, Président du SKÅL INTERNATIONAL BRUSSELS :**

Chers collègues,

Après une période de sommeil ou de « stand by » et un nouveau départ depuis février 2017, le Skål International de Bruxelles s'est réactivé en un temps assez rapide.

Après le succès de nos deux soirées-débat, dont la presse professionnelle a fait largement écho, le Skål de Bruxelles en sa qualité de « think tank » du secteur tout entier lié de près ou de loin au voyage (agences de voyage, hôtellerie, transports, presse touristique, assurances voyages, horeca, etc.) continuera sur sa lancée et proposera dès février '18 des conférences, soirées-débat et autres activités.

L'accès à ces soirées-débat et conférences était gratuit et nombreux furent ceux qui ont assisté à des explications et échanges de vue en présence de nombreuses figures du monde

hôtelier, des agences de voyages et associations diverses. Un de ces débats sur un sujet brûlant nous a même amenés à être invités à participer à une réunion de travail au cabinet de la présidence de la Région Bruxelloise: le Skål de Bruxelles devient là aussi une voix de confiance.

Un groupement d'hôteliers indépendants de France s'est également déplacé et nous a fait le plaisir d'intervenir pendant un forum.

Lors de ces activités, nos professionnels belges rencontrent des collègues belges ou étrangers dans une ambiance amicale tout en « faisant des affaires entre amis », ce qui correspond à l'un des buts de notre organisation internationale.

Connaissez vous déjà le SKÅL ? Pourquoi adhérer ? Surfez sur www.skal.org/fr pour en avoir un bref aperçu.

Le Skål International existe depuis 1934 (!) et compte actuellement plus de 15.000 adhérents dans 400 clubs et 87 pays. Le club de Bruxelles a été l'un des tout premiers à exister puisqu'il porte le n° 4.

VOUS devez en faire partie ! Votre place est parmi nous !

Vous trouverez ci-dessous un petit questionnaire. Il ne vous prendra qu'une petite minute pour le compléter en répondant simplement à ce mail. Vos commentaires, qui resteront confidentiels, nous seront très utiles pour l'organisation d'activités futures correspondant à vos souhaits et qui soient intéressantes et agréables pour tous .

Sachez encore que le Skål est également accessible aux étudiants en tourisme & hôtellerie ainsi qu'aux jeunes professionnels via notre « SKÅL JEUNES ».

Merci d'avance et à très bientôt!

Richard EECKHOUT

PRESIDENT

SKÅL INTERNATIONAL BRUSSELS
pour TOUS les Professionnels du Tourisme

le « think tank »

Facebook : skal brussels europe

e-mail : skalbru@skynet.be

Adresse administrative :

Skål International Brussels

Richard Eeckhout,

Rue Abbaye de Dieleghem,39

1090 Jette-Bruxelles.



Questionnaire

1. Connaissez-vous le Skål ? (biffer la mention inutile)
OUI – NON

2. En avez-vous déjà entendu parler ou avez-vous déjà lu un article à son propos ? OUI – NON

Si oui, comment ?

a) Presse professionnelle : PagTour – Travel Magazine – Freesun ? (biffer ce qui ne convient pas)

b) Autre :

3.. Souhaiteriez vous assister à nos conférences, soirées-débat et autres activités ? OUI – NON

Sinon, pour quelles raisons ?

.....
.....

NOM :

PRENOM :

DATE DE NAISSANCE :

SOCIETE/GROUPEMENT/ASSOCIATION.....

ADRESSE :

.....

TEL : GSM : E -

MAIL :

Quels sujets aimeriez-vous voir traiter au cours de nos soirées-débats ?

.....

Comment pourrions-nous, selon vous, améliorer l'attractivité du Skål Club de Bruxelles ?

.....

AUTRES REMARQUES/SUGGESTIONS :

.....

Et voilà ! Merci de votre aide !