



## TOM SELANNIEMI

Actual director del Centre de Natura Finlandès Haltia (la porta dels parcs nacionals finlandesos) "*The Finnish Nature Centre Haltia*", **president de l'Agència FMA Creations Ltd** (creadors de la targeta Museu finlandesa) i **membre de la junta de màrqueting de la regió finlandesa d'Espoo, Tom Selianniemi** és llicenciat en Enologia i Doctorat en Antropologia Cultural.



Ha desenvolupat la seva **trajectòria professional** sempre vinculat a la sostenibilitat des de diferents perspectives. Un bon exemple és el seu pas per la direcció de Relacions Corporatives d'UNICEF. Destaca però per la seva visió global del sector turístic havent ocupats càrrecs dins el sector privat com:

- Director de Solucions Sostenibles a Fairtourist Ltd (operador turístic que basa la seva oferta en comerç just).
- Director executiu de l'operador Aurinkomatkat-Suntours Ltd.
- Responsable de Turisme Sostenible a la companyia Finnair Travel Services.

Des del **sector públic** ha exercit responsabilitats com:

- Vicepresident del Comitè Negociador en Desenvolupament Turístic del Govern Finlandès.
- President de la Iniciativa de Tour Operadors per al Desenvolupament del Turisme Sostenible (*Tour Operators' Initiative for Sustainable Tourism Development*).
- President del Grup d'Entrenament professional en Innovació de Negoci Turístic, dins l'Agència d'Educació Nacional Finlandesa.
- Membre del Comitè Consultor del Partenariat Global per un Turisme Sostenible (*Advisory Committee of the Global Partnership for Sustainable Tourism*)

Paral·lelament a la seva trajectòria professional, ha publicat 3 llibres i una 20a d'articles dels quals destaquen:

### LLIBRE:

1996a *Matka ikuiseen kesään. Kulttuuriantropologinen näkökulma suomalaisten etelänmatkailuun (A Journey to the Eternal Summer. An Anthropological Perspective on Finnish Sunlust Tourism)*. Helsinki: SKS.

### ARTICLES:

1994b A Charter Trip to Sacred Places - Individual Mass Tourism. In: *Le Tourisme International entre Tradition et Modernité. Actes du colloque international Nice, 19-21 novembre 1992*. Laboratoire d'ethnologie - Université de Nice, centre d'études tourisme et civilisation: 335-340.

1996b *Matka on riskitön seikkailu. Tiede 2000 4/1996: 34-37. (A Tourist Trip is a Riskless Adventure)*.



- 1997d The Mind in the Museum, the Body on the Beach - Place and Authenticity in Mass Tourism. In: *Tourism and Culture. Toward a Sustainable Future: Balancing Conservation and Development*. Ed. Wiendu Nuryanti. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- 1999 Secular Pilgrims on the Quest for Authenticity? *Acta Ethnographica Hungarica* 44(3-4): 361-374.
- 2001 Trapped by the Image - Culture, History, Heritage and the Tourists on the Island of Rhodes. In: *Mediterranean Islands and Sustainable Tourism Development: Practices, Management, and Policies*. Eds. Yiorgos Apostolopoulos, Dimitri Ioannides and Sevil F. Sönmez. London: Continuum.