

GOLD NEWS

A revista digital da Gold Experiences para profissionais do turismo

The digital magazine by Gold Experiences for tourism professionals



TUNÍSIA: O CHARME EXÓTICO DO MEDITERRÂNEO

Tunes: the exotic charm of the Mediterranean

CARNAVAL DE OFERTAS: NOSSA PROMOÇÃO DO MÊS

Carnival of deals: our promotion of the month

FITUR APONTA OS RUMOS E NOVIDADES DO SETOR PARA 2026

Fitur points out the trends and novelties in the sector for 2026



Marhaba

Em um mundo cada vez mais fragmentado, no qual a informação se espalha entre Instagram, LinkedIn, e-mails, newsletters e notificações constantes, tornou-se um verdadeiro desafio identificar e reter o que realmente importa.

Com tanta informação circulando ao mesmo tempo, muitas vezes nos perdemos e não sabemos onde encontrar exatamente aquilo que buscamos. É nesse cenário que nasce a Gold News: uma revista mensal criada para centralizar as informações mais relevantes do mês para nossos clientes e parceiros.

Tenho o prazer de lançar este projeto com o objetivo de organizar, qualificar e facilitar o acesso à informação para quem vive e constrói o turismo todos os dias.

Seja bem-vindo à Gold News.

In an increasingly fragmented world, where information is spread across Instagram, LinkedIn, emails, newsletters, and constant notifications, it has become a real challenge to identify and retain what truly matters.

With so much information circulating at the same time, we often find ourselves overwhelmed and unsure of where to find exactly what we are looking for. It is within this context that Gold News was created, a monthly magazine designed to centralize the most relevant information of the month for our clients and partners.

I am pleased to launch this project with the purpose of organizing, curating, and qualifying information for those who live and build tourism every day.

Welcome to Gold News.

Slim Fsilí
CEO





Vanguards & Visionaries



Curator
Louis Ho

Louis Ho isn't just one of Singapore's most operational curators, he's also the most clapper. Despite his insightful exhibitions, the critic and curator is best known for his signature series: to Legs. This sartorial boundary-pushing series has a reputation for thinking outside the box, with projects such as the 2016 Singapore Biennale, which he co-curated. "I'm interested in specific topics that may not get a lot of airtime, says Ho, explaining that this includes art emerging from under-represented communities like Myanmar.

Most recently, he's been working on an exhibition exploring camp, kitsch, and queer identity in the socio-historical context of Southeast Asia, which recently opened at the new Gallery at Nanyang Technological University. To the best of my knowledge, this hasn't yet been a show in Singapore that dealt with this particular topic, he says. "I here, we tend to shy away from what's seen to run counter to popularly accepted norms. With projects like this on the horizon, however, time is slowly changing."



design ontology
85

Gallerist
Audrey Yeo, Yeo Woon

Singapore may have a reputation for straight-laced and predictable, but gallerist Audrey Yeo sees the city as a different light. We aren't stacked by traditional ways, she says. The art scene is so new, it keeps changing. It has potential. "Since she opened her spontaneous gallery in Gallop Barracks, a former British military facility turned arts house, she's become known for her bold exhibits, programming known for her bold directive from the market, she says. "I don't want to dumb it down and underestimate people here."

Among the passionate dealers in the city, Yeo is known for championing home-grown talent. Almost half of her roster of artists comprises Singaporean names ranging from the late Soimahaly Namastiyana, a pioneering young multimedia artist, to the Indonesian artist Murni, who has a social message, like Indonesian activist artist Marnanto, whose dramatic murals and charcoal drawings explore issues such as poverty, pollution and politics. While the citywide lockdown due to the covid-19 pandemic forced the gallery to shut temporarily, Yeo remains optimistic. "I'm relishing this time to dig deep and try to discover new models for the gallery. It's our job to continue to make art relevant and valuable."

GOLD NEWS

CEO
SLIM FSILI

EDITOR-IN-CHIEF
ANA CALDAS

REVIEWER
SIMONE KRUGER

CONTRIBUTING WRITERS
ANA CALDAS
THIAGO ORSI
JULIE GIL
NIZAR ABIDI
SIMONE KRUGUER
SLIM FSILI

WWW.GOLDEXPERIENCES.COM

Índice

Table of Contents

- 04** TUNÍSIA
O charme exótico do Mediterrâneo
Tunisia: the exotic charm of the Mediterranean
-
- 08** FITUR MADRID
Gold estreia no Stand da Embratur
Gold's First Participation at the Embratur Stand
-
- 10** PROMOÇÃO DO MÊS
Carnaval de Oferta: Tunísia
Carnival of deals: our promotion of the month
-
- 11** CONECTIVIDADE
Tecnologia a serviço do turismo
Connectivity: Technology Powering Tourism
-
- 13** PRÓXIMAS PARADAS
Rumo a fevereiro: ANATO e BTL
February Bound: ANATO & BTL
-
- 15** BASTIDORES GOLD
Conheça o nosso time
Behind the scenes in Gold: Meet the team



Tunísia: história, paisagens e uma cultura vibrante.

Exotic Mediterranean. Tunisia: history, breathtaking landscapes, and a vibrant culture.



Situada no norte da África, às margens do Mar Mediterrâneo, a Tunísia é um país que cativa os visitantes com sua diversidade e autenticidade.

Mas a Tunísia não é apenas sobre história e natureza. Sua cultura vibrante e diversificada permeia todos os aspectos da vida cotidiana.

Da Medina encantadora de Túnis, com suas ruelas estreitas e mercados animados, aos festivais coloridos e danças tradicionais, você encontrará um povo acolhedor e caloroso, disposto a compartilhar suas tradições e costumes.

Located in North Africa, on the shores of the Mediterranean Sea, Tunisia is a country that captivates visitors with its diversity and authenticity. But Tunisia is not just about history and nature. Its vibrant and diverse culture permeates every aspect of daily life. From the charming Medina of Tunis, with its narrow streets and lively markets, to the colorful festivals and traditional dances, you will find a welcoming and warm people, willing to share their traditions and customs.



Mediterrâneo Exótico



Túnis



Medina de Túnis

Oferecemos três roteiros imperdíveis pela Tunísia: os programas regulares **Grand Tour Tunísia** e **Tunísia Exótica**, além do roteiro privado **Tunísia Fascinante**.

No Grand Tour, a experiência começa em Túnis, com recepção e hospedagem na capital, seguida pela exploração da **Medina de Túnis**, seus mercados e história milenar, e pela charmosa vila de **Sidi Bou Said**, com suas casas brancas e azuis voltadas para o Mediterrâneo.



Sidi Bou Said

We offer three unmissable itineraries in Tunisia: the regular programs Grand Tour of Tunisia and Exotic Tunisia, as well as the private itinerary Fascinating Tunisia.

The experience begins in Tunis, with reception and accommodation in the capital, followed by an exploration of the Medina of Tunis, its markets and ancient history, and the charming village of Sidi Bou Said, with its white and blue houses facing the Mediterranean.

Mediterrâneo Exótico



Museu do Bardo



Cartago



Coliseu de El Jem

O roteiro segue pelo **Museu do Bardo**, que abriga a maior coleção de mosaicos romanos do mundo, e pelas ruínas de **Cartago**, incluindo as Termas de Antonino e seu anfiteatro histórico. Em Sousse, a pérola do litoral, e Monastir, visitamos o **Ribat**, o **Mausoléu de Bourguiba** e a **Medina de Sousse**, Patrimônio Mundial da UNESCO.

No interior do país, o destaque fica por conta do **Coliseu de El Jem**, das casas trogloditas de **Matmata** e das tradições do povo berbere. A chegada a Tozeur revela o contraste do deserto, com a Medina de Tozeur, seus oásis e a travessia pelo impressionante Chott El Jerid, o maior lago salgado do país.



Matmata

The itinerary continues through the Bardo Museum, home to the world's largest collection of Roman mosaics, and the ruins of Carthage, including the Baths of Antoninus and its historic amphitheater. In Sousse, the pearl of the coast, and Monastir, we visit the Ribat, the Bourguiba Mausoleum, and the Medina of Sousse, a UNESCO World Heritage Site.

In the interior of the country, highlights include the grand Roman Amphitheater of El Jem, the troglodyte houses of Matmata, and the traditions of the Berber people. The arrival in Tozeur reveals the contrast of the desert with the Medina of Tozeur, its oases, and the crossing of the impressive Chott El Jerid, the largest salt lake in the country.

Mediterrâneo Exótico



Ong Jmal (Star Wars)

O safári opcional em 4x4 pelo deserto, passa por **Chebika, Tamerza** e **Ong Jmal**, cenário de filmes como Star Wars que encanta e fascina todos os viajantes.

A jornada continua por **Kairouan**, uma das cidades sagradas do Islã, com visita à Grande Mesquita de **Okba Ibn Nafa** e ao **Mausoléu de Sidi Sahbi**, além de uma tradicional fábrica de tapetes.

O roteiro termina em **Hammamet**, com tempo livre para aproveitar as praias. Opcionalmente, antes do retorno a Túnis, os viajantes podem conhecer **Nabeul**, capital da cerâmica, e a **Medina de Hammamet**.



Medina de Sousse



Mausoléu de Bourguiba



Hammamet

Este é o nosso programa, cuidadosamente elaborado para oferecer uma experiência rica e segura, admirada por todos que confiam na Gold Experiences como sua DMC.

The optional 4x4 desert safari takes travelers through Chebika, Tamerza, and Ong Jmal — the latter, a film location for Star Wars, enchanting and captivating all who visit. The journey continues to Kairouan, one of Islam's sacred cities, with visits to the Great Mosque of Okba Ibn Nafa, the Mausoleum of Sidi Sahbi, and a traditional carpet workshop.

The itinerary concludes in Hammamet, with free time to enjoy the beaches. Optionally, before returning to Tunis, travelers can visit Nabeul, the capital of ceramics, and explore the Medina of Hammamet. This program has been carefully designed to offer a rich and safe experience, admired by all who trust Gold Experiences as their DMC.

O Turismo Brasileiro Brilha em Madrid



Brazilian Tourism Shines in Madrid



Representaram a Gold Experiences, Slim Fsilí, CEO e Thiago Orsi, Sales Executive.

A Gold Experiences marcou presença na FITUR Madrid 2026, uma das maiores e mais relevantes feiras de turismo do mundo, que reuniu mais de 10 mil empresas, 967 expositores, 160 países e 255 mil profissionais do trade turístico internacional.

Pela primeira vez, a empresa esteve presente dentro do Stand da **Embratur**, reforçando seu posicionamento estratégico na promoção dos destinos brasileiros no mercado europeu.

O presidente da Embratur, Marcelo Freixo, comemorou os resultados recordes do turismo internacional no Brasil, destacando que, em 2025, o país recebeu 9,3 milhões de visitantes estrangeiros, um aumento de 37%, bem acima da média global de 5%. Para Freixo, a diversidade do Brasil representa, simultaneamente, seu maior diferencial e o maior desafio na promoção do país no exterior.

Gold Experiences took part in FITUR Madrid 2026, one of the largest and most relevant tourism trade fairs in the world, bringing together more than 10,000 companies, 967 exhibitors, 160 countries, and 255,000 professionals from the international tourism industry. For the first time, the company was present within the Embratur stand, reinforcing its strategic positioning in promoting Brazilian destinations in the European market.

The president of Embratur, Marcelo Freixo, celebrated Brazil's record-breaking international tourism results, highlighting that in 2025 the country welcomed 9.3 million foreign visitors — an increase of 37%, well above the global average of 5%. For Freixo, Brazil's diversity represents both its greatest asset and its biggest challenge in promoting the country abroad.



“TIVEMOS CERCA DE 50 REUNIÕES, ESPECIALMENTE COM A AMÉRICA LATINA E ESPANHA. ESTAR DENTRO DO STAND DA EMBRATUR, FOI ESTRATÉGICO PARA A GOLD”

Comenta Slim Fsili, CEO da Gold Experiences.



“We held around 50 meetings, especially from Latin America and Spain, an extremely positive outcome for us,” says Slim Fsili, CEO of Gold Experiences.

Durante a feira, os executivos apresentam ao trade internacional os principais destinos brasileiros trabalhados pela empresa, além de novas estratégias de posicionamento do Brasil como destino premium, sustentável e diverso, alinhado às tendências globais do setor. Além do Brasil, a Gold Experiences anunciou o lançamento de novos circuitos combinados para destinos como Marrocos, Argélia e Tunísia, ampliando seu portfólio internacional.

Em seu momento de expansão, a empresa também reforça sua presença global com novos representantes comerciais em mercados estratégicos, como China e Índia. *“Long-haul markets ou mercados de longa distância, são o nosso foco para promover o Brasil e consolidar novas rotas de experiências”*, afirma Thiago Orsi, Executivo de Vendas da Gold Experiences.



Slim Fsili e Marcelo Freixo, presidente da Embratur



Thiago Orsi, Sales Executive Gold Experiences



During the trade fair, the company's executives present to the international travel trade the main Brazilian destinations promoted by the company, as well as new strategies for positioning Brazil as a premium, sustainable, and diverse destination, aligned with global industry trends.

In addition to Brazil, Gold Experiences announced the launch of new combined itineraries for destinations such as Morocco, Algeria, and Tunisia, expanding its international portfolio. In this phase of expansion, the company is also strengthening its global presence with new commercial representatives in strategic markets such as China and India. “Long-haul markets are our main focus to promote Brazil and to consolidate new experience-driven routes,” says Slim Fsili, CEO of Gold Experiences.

PROMOÇÃO DO MÊS

Carnaval de Ofertas

Promoção para os roteiros regulares, Tunísia Exótica e Grand Tour Tunísia, Premium e Top Deluxe.



A Gold Experiences começa o ano com a Promoção de Carnaval, com um desconto de 15% nos roteiros regulares da Tunísia.

Essa é a chance perfeita para você turbinar suas vendas e começar o ano com mais resultados.

BOOKING WINDOW:
01 À 15 DE FEVEREIRO

TRAVEL WINDOW:
01/03 À 30/06

Aproveite já e fale com o nosso time comercial!
reservations@goldexperiences.tn

Oferta não cumulativa com outras promoções.

CÓDIGO DA OFERTA:
CARNAVAL15

15% OFF

Gold Experiences kicks off the year with its Carnival Promotion, offering a 15% discount on its regular Tunisia itineraries: Exotic Tunisia and Grand Tour Tunisia, available in Premium and Top Deluxe categories. This is the perfect opportunity to boost your sales and start the year with stronger results.

CONECTIVIDADE



Em 2025 a Infotera foi adquirida pelo grupo Omnibeas, que anunciou conectar mais de 9.500 hotéis e 750 canais de venda em sua estrutura, indicadores do alcance da tecnologia integrada.

O Infotravel, da Infotera, complementa esse ecossistema como uma plataforma em nuvem para gestão e reservas. Ele permite cotações rápidas, reservas online, controle de tarifas, automação de processos e distribuição multicanal, oferecendo uma base tecnológica sólida que apoia o crescimento escalável e a eficiência operacional.

Com a integração dessas tecnologias, a Gold consegue conectar oferta e demanda de forma inteligente, centralizar informações, otimizar processos e entregar aos parceiros e clientes uma experiência mais confiável, ágil e rentável no setor de turismo.



In 2025, Infotera was acquired by the Omnibeas Group, which announced that it connects more than 9,500 hotels and 750 sales channels within its ecosystem—clear indicators of the reach of its integrated technology.

Infotravel, by Infotera, complements this ecosystem as a cloud-based platform for management and reservations. It enables fast quotations, online bookings, fare control, process automation, and multichannel distribution, providing a solid technological foundation that supports scalable growth and operational efficiency.

With the integration of these technologies, Gold is able to intelligently connect supply and demand, centralize information, optimize processes, and deliver a more reliable, agile, and profitable experience to partners and customers in the tourism sector.

3.800 DESTINOS

144 PAÍSES

TODOS OS ESTADOS DO BRASIL



NETWORK

Próximas Feiras de Turismo: ANATO e BTL

Em fevereiro, a Gold Experiences participará das feiras ANATO e BTL com o apoio da Embratur, dentro do stand oficial do Brasil, reforçando a promoção do país como destino turístico internacional

De 25 a 27 de fevereiro, a Gold Experiences participará da ANATO 2026, em Bogotá, Colômbia, uma das maiores feiras de turismo da América Latina. A feira reúne mais de 12.000 profissionais do setor, 700 expositores e destinos de cerca de 30 países, incluindo operadoras, hotéis e companhias aéreas.

Representando a Gold na feira estará Thiago Orsi, executivo da empresa, que apresentará os principais destinos brasileiros e as novidades do portfólio internacional. A participação reforça a atuação da Gold junto ao mercado da Colômbia e México, onde a empresa já mantém relacionamento com importantes clientes locais, consolidando sua presença na região.

In February, Gold Experiences will take part in the ANATO and BTL trade fairs with the support of Embratur, within the official Brazil stand, strengthening the promotion of the country as an international tourism destination.

From February 25 to 27, Gold Experiences will participate in ANATO 2026 in Bogotá, Colombia, one of the largest tourism fairs in Latin America. The event brings together over 12,000 industry professionals, 700 exhibitors, and destinations from around 30 countries, including tour operators, hotels, and airlines.

Representing Gold at the fair will be Thiago Orsi, the company's executive, who will showcase Brazil's main destinations and the latest additions to the international portfolio. The participation highlights Gold's presence in the Colombian and Mexican markets, where the company already maintains relationships with key local clients, further consolidating its position in the region.



BTL APOSTA EM CONHECIMENTO, EXPERIÊNCIAS E NOVOS SEGMENTOS DO TURISMO



De 25 de fevereiro a 1º de março, a Gold marcará presença na BTL Lisboa 2026, uma das maiores feiras de turismo da Europa, que atrai mais de 30.000 visitantes, incluindo profissionais do setor e público final, e conta com 1.200 expositores de mais de 70 países.

Nesta edição, terão cerca de 600 eventos paralelos, entre conferências, workshops e experiências interativas, e áreas temáticas inovadoras, como BTL Cultural, BTL Emprego, BTL Village, BTL Religioso, BTL Enoturismo e BTL LGBTQI+, cada uma dedicada a segmentos específicos e tendências do setor turístico.

Os executivos Slim Fsili e Julie Gil, representarão a Gold Experiences na BTL 2026, consolidando novas oportunidades de negócios.



SLIM FSILI
CEO

JULIE GIL
Product Manager



BTL Focuses on Knowledge, Experiences, and New Tourism Segments

From February 25 to March 1, Gold will take part in BTL Lisbon 2026, one of the largest tourism trade fairs in Europe. The event attracts more than 30,000 visitors, including industry professionals and the general public, and brings together 1,200 exhibitors from over 70 countries.

This year's edition will feature around 600 parallel events, including conferences, workshops, and interactive experiences, as well as innovative thematic areas such as BTL Cultural, BTL Employment, BTL Village, BTL Religious Tourism, BTL Wine Tourism, and BTL LGBTQI+, each dedicated to specific segments and key trends shaping the tourism industry.

Executives Slim Fsili and Julie Gil will represent Gold Experiences at BTL 2026, strengthening new business opportunities.





Por Trás das Experiências: Pessoas em Foco

Todo mês, traremos alguns profissionais que fazem a diferença na Gold Experiences.

Behind the Experiences: People in Focus. Every month, we will feature a few professionals who make a difference at Gold Experiences.

A Gold Experiences conta hoje com uma equipe de 20 profissionais, distribuídos entre áreas de gestão, financeira, destination management, comercial, desenvolvimento de produtos, comunicação e marketing, reservas e booking, além do receptivo. Cada setor contribui de forma integrada para oferecer experiências de viagem de alto padrão e soluções personalizadas para nossos clientes e parceiros.

Gold Experiences currently has a team of 20 professionals, distributed across management, finance, destination management, sales, product development, communication and marketing, reservations and booking, as well as guest services. Each department works in an integrated way to deliver high-end travel experiences and customized solutions for our clients and partners.



SLIM FSILI

Slim Fsili é o CEO e fundador da Gold Experiences, liderando a estratégia global da empresa e guiando seu crescimento internacional. Com ampla experiência no setor de turismo e profundo conhecimento de mercados de longa distância, Slim desempenha um papel central na definição de novas rotas, desenvolvimento de produtos premium e consolidação de parcerias estratégicas B2B. Sob sua liderança, a Gold Experiences se posiciona como referência em experiências de viagem de alto padrão, promovendo destinos brasileiros e internacionais de forma sustentável.

Slim Fsili is the CEO and founder of Gold Experiences, leading the company's global strategy and guiding its international growth. With extensive experience in the tourism sector and deep knowledge of long-haul markets, Slim plays a central role in defining new routes, developing premium products, and consolidating strategic B2B partnerships. Under his leadership, Gold Experiences has positioned itself as a reference in high-end travel experiences, promoting Brazilian and international destinations in a sustainable manner.

Bastidores Gold

MOHAMED FETAH KRICHENE

Nosso CFO e sócio da empresa, Mohamed Fetah, possui mais de 15 anos de experiência em gestão, gerenciamento de projetos e desempenha um papel fundamental na condução da estratégia financeira, na eficiência operacional e no crescimento sustentável. A expertise de Mohamed apoia a tomada de decisões estratégicas da empresa, garantindo que a Gold Experiences continue expandindo seu portfólio, fortalecendo parcerias B2B e oferecendo experiências de viagem premium em todo o mundo.

Our CFO and company partner, Mohamed Fetah, has over 15 years of experience in management and project leadership, playing a key role in driving financial strategy, operational efficiency, and sustainable growth. Mohamed's expertise supports the company's strategic decision-making, ensuring that Gold Experiences continues to expand its portfolio, strengthen B2B partnerships, and deliver premium travel experiences worldwide.

NIZAR ABID

Nizar Abidi é o COO e sócio da Gold Experiences no Rio de Janeiro e lidera nossa operação local como DMC, garantindo que todas as experiências e roteiros sejam executados com excelência. Além de comandar a operação do Rio, Nizar é sócio da Gold Experiences, contribuindo estrategicamente para o crescimento da empresa e para a consolidação de parcerias B2B no mercado nacional e internacional.

Nizar Abidi is the General Manager of Gold Experiences in Rio de Janeiro and leads our local operation as a DMC, ensuring that all experiences and itineraries are executed with excellence. In addition to managing the Rio operation, Nizar is also a partner of Gold Experiences, contributing strategically to the company's growth and strengthening B2B partnerships in both the domestic and international markets.

THIAGO ORSI

Thiago Orsi é Executivo de Vendas LATAM e Espanha. Possui mais de 25 anos de experiência no turismo, atuando em B2C e B2B. Trabalhou como agente de viagens, executivo comercial, profissional de grandes operadoras e guia de turismo. É especialista em estratégia comercial, desenvolvimento de produtos e gestão de clientes. Hoje contribui estrategicamente para o crescimento e posicionamento internacional da GOLD Experiences.

Thiago Orsi is the Sales Executive for LATAM and Spain. He has over 25 years of experience in the tourism industry, working in both B2C and B2B. He has held roles as a travel agent, sales executive, professional at major tour operators, and tour guide. He specializes in commercial strategy, product development, and client management. Today, he contributes strategically to the international growth and positioning of GOLD Experiences.

Bastidores Gold



SIMONE KRUGER

Simone Kruger é Executiva de Vendas para EUA, UK e Canadá. Formada em Propaganda e Marketing, atua no turismo há 35 anos, com ampla experiência no segmento corporativo, incluindo aviação, agências de viagens corporativas e soluções de transporte, como locação de carros. Seu foco está em negociar com as principais operadoras de turismo de países de língua inglesa, aproximando o Brasil e seus destinos do mercado internacional.

Simone Kruger is the Sales Executive for the USA, UK, and Canada. She holds a degree in Advertising and Marketing and has 35 years of experience in the tourism industry, with extensive expertise in the corporate segment, including corporate aviation, travel agencies, and transportation solutions such as car rentals. Her focus is on negotiating with leading tour operators in English-speaking countries, bringing Brazil and its destinations closer to the international market.

ANA PAULA CALDAS

Ana é responsável pela Comunicação e Marketing da Gold Experiences. Especialista em Neuromarketing, é Mestre em Ciência das Emoções pelo ISCTE (Lisboa), possui Pós-graduação em Marketing pela ESPM e é Bacharel em Comunicação Social Publicidade e Propaganda. Acumula mais de 20 anos de experiência em Marketing nos setores de Hospitalidade, Entretenimento e Turismo, conectando marcas a experiências memoráveis e orientadas por dados e comportamento do consumidor.



Ana leads Communication and Marketing at Gold Experiences. She is a Neuromarketing specialist and holds a Master's degree in Emotion Science from ISCTE (Lisbon), a Postgraduate degree in Marketing from ESPM, and a Bachelor's degree in Social Communication – Advertising. With over 20 years of experience in Marketing across the Hospitality, Entertainment, and Tourism sectors, she connects brands with meaningful, data-driven experiences rooted in consumer behavior.



JULIE GIL

Julie é nossa Gestora de Produtos com mais de 10 anos de experiência internacional, impulsionando o crescimento e a inovação em produtos. Habilidade em trabalhar em equipes multidisciplinares e multiculturais, com foco em criar experiências de usuário excepcionais. Minha paixão é transformar ideias criativas em produtos de sucesso, sempre com uma abordagem data-driven e centrada no cliente.

Julie is our Product Manager with over 10 years of international experience, driving product growth and innovation. She excels at working in multidisciplinary and multicultural teams, with a strong focus on creating exceptional user experiences. Her passion lies in transforming creative ideas into successful products, always with a data-driven and customer-centric approach.



GOLD NEWS

Gostou? Quer participar?
Escreve pra gente e vem colaborar
com a nossa revista nas próximas
edições. Envia um email para
marketing@goldexperiences.tn

*Did you like it? Want to take part?
Write to us and collaborate with our
magazine in the upcoming editions.
marketing@goldexperiences.tn*

Faça o download da revista aqui:

Download the Magazine here:



www.goldexperiences.com

@goldexperiencesgroup



@goldexperiencesmed

@goldexperiencesbrazil

GOLD
EXPERIENCES

GOLD NEWS



BRAZIL: Rio de Janeiro, Centro, Rua da Alfândega, 100 - 3° Andar

TUNISIA: Djerba, Homet Essouk, Boumassar, 4180

PORTUGAL: Lisboa, Av. da Liberdade, 129-B

MALTA: Valley Road, L-Imsida MSD 9021