

MAGAZINE

Eurhodip

www.eurhodip.com

EURHODIP NEWS

FOCUS

**20th CONFERENCE 2013
IN MARIBOR**

SPECIAL REPORT

**WELLNESS TOURISM:
INNOVATION AND
EDUCATION**

HORIZONS

Utena • Vilnius • 2014

21st EURHODIP CONFERENCE IN LITHUANIA





It is a great pleasure to see you reading our magazine. In the magazine you will read what happened in Eurhodip during the year 2013. Eurhodip is looking back on a very interesting year, as you will find in the different articles.

Europe is being put to the test by great economic and social challenges. The last years have wiped out a decade of economic and social progress and exposed many weaknesses in our economies. We have to rethink how we invest our resources and how we can ensure the best result with limited means. It is tempting, in a time of crisis, to turn inwards, focus on national matters, and try to maintain the status quo. But refusing to acknowledge the challenges ahead is not a good idea. Certainly when it comes to education, it would be a serious mistake. In Eurhodip we are convinced that now is the time to push ahead and innovate, embrace reform and make the difficult decisions needed to restore our economies and strengthen our societies.

Our approach in Eurhodip must be clear: to stay competitive in a fast-changing world and to prepare the society of tomorrow, we must invest in our people and especially in our young people - in their skills, in their ability to adapt to change, and in their ability to innovate. We must rethink the role and value of hospitality and tourism education in our societies and economies. A school is four walls with a future inside for our students. This is more than enough reason to reflect on that future. Youth unemployment has now reached socially unacceptable levels: 23% on average in the EU, but 56% and 62% in Spain and Greece respectively. At the same time, there are currently more than two million unfilled vacancies in Europe. This paradox is not acceptable.

Companies are facing shortages of skills, as highlighted by the recent demand from several CEO's writing in the Financial Times about the lack of highly competent labour force. In this magazine you will read about Eurhodip's role in a European project. Eurhodip is very much concerned about mismatch between the skills provided and the needs of the hospitality and tourism industry for today and to a certain extent, the failure of our education systems at large.

We need in particular to develop stronger partnerships between education systems and businesses. The two worlds need to work better hand in hand. This requires a strong commitment also from the business community itself. Companies must be ready to invest in education.

Increasingly, companies need people with a wider range of abilities. Employees are often asked to work across several different skill sets. This is a need that must be met within the education system rather than outside after graduating. This implies a change in the way that education is delivered as well as in the institutional offer. Promoting education, research and innovation as well as the interactions between them will continue to be a top priority of Eurhodip in the years to come. But we are counting on your support and engagement to take it forward.

If you want to know more about how education has to adapt to a changing future, don't hesitate to contact us.

Sincerely yours.

Edito



Drs. Cees van der Klip
PRESIDENT

C'est avec grand plaisir que je vous retrouve dans les pages de notre magazine. Vous pourrez y découvrir ce qui s'est passé à Eurhodip pendant l'année 2013. Comme vous le constaterez à la lecture des différents articles, cette année a été très intéressante pour notre association.

L'Europe est mise à l'épreuve par des défis économiques et sociaux très importants. Ces dernières années ont balayé une décennie de progrès économique et social, et ont révélé les faiblesses de nos économies. Nous devons repenser la façon dont nous utilisons nos ressources et réfléchir à la manière d'obtenir les meilleurs résultats avec des moyens limités. Il est tentant, en temps de crise, de se replier sur soi, de se concentrer sur des questions nationales et d'essayer de maintenir le statu quo. Refuser de reconnaître les défis qui nous attendent n'est certainement pas une bonne idée. Ce serait même une grave erreur lorsqu'il s'agit d'enseignement. A Eurhodip, nous sommes convaincus que c'est le moment opportun pour progresser et innover, faire des réformes et prendre les décisions difficiles mais nécessaires pour rétablir nos économies et consolider nos sociétés.

Notre démarche doit être claire : rester compétitif dans un monde qui change constamment et préparer la société de demain. Nous devons investir dans notre capital humain et plus particulièrement dans nos jeunes, dans leurs compétences, leur faculté d'adaptation au changement et leur capacité d'innovation. Nous devons repenser le rôle et la valeur de l'enseignement de l'hôtellerie et du tourisme dans nos sociétés et nos économies. Qu'est-ce qu'une école ? Quatre murs qui abritent un futur pour nos étudiants ! C'est une raison plus que suffisante pour réfléchir à ce futur. Le chômage des jeunes a aujourd'hui atteint des niveaux inacceptables : 23% en moyenne dans l'Union Européenne, mais 56% et 62% en Espagne et en Grèce respectivement. Parallèlement, deux millions de postes sont à pourvoir en Europe. Ce paradoxe n'est pas acceptable.

Les entreprises sont confrontées à une pénurie de compétences, comme l'ont souligné récemment dans le Financial Times plusieurs PDG concernés par le manque de main d'œuvre hautement qualifiée. Dans ce magazine, vous pourrez lire des informations sur le rôle d'Eurhodip en tant que partenaire d'un projet européen. Eurhodip est très concerné par la disparité qui existe aujourd'hui entre les compétences existantes et les besoins de l'industrie du tourisme et de l'hôtellerie et, dans une certaine mesure, l'échec de nos systèmes d'enseignement en général.

Nous devons tout particulièrement développer des partenariats plus solides entre les systèmes d'enseignement et les entreprises. Les deux mondes doivent travailler main dans la main ; ce qui nécessite un engagement très fort du monde des affaires. Les entreprises doivent être prêtes à investir dans l'éducation.

Les entreprises ont de plus en plus besoin de personnel ayant un très large éventail de compétences. Les salariés sont souvent appelés à travailler dans plusieurs domaines de compétences. Il vaut mieux répondre à cette exigence dans le cadre du système éducatif plutôt qu'en dehors après le diplôme de fin d'études. Ceci implique un changement dans la façon dont l'enseignement est délivré ainsi que dans l'offre institutionnelle. Encourager l'enseignement, la recherche et l'innovation ainsi que les interactions entre ces trois mondes ne cessera d'être la priorité d'Eurhodip dans les années à venir, et nous comptons sur votre soutien et votre engagement pour y parvenir.

Si vous désirez en savoir plus sur la façon dont l'enseignement doit s'adapter à un monde en évolution constante, n'hésitez pas à nous contacter.

Cordialement.



Contents Sommaire



6 15



Magazine Eurhodip
Publication : Drs Cees van der Klip
Rédaction : Christine Quentin
Maquette : Notice

Crédits Photos :
Couverture : iStockphoto®
Conference Maribor :
www.maribor-pohorje.si/BogdanZelnik
www.slovenia-info/Matej/Vranic
Next conference Vilnius :
Special tribute to G. Kakaras, T. Taukelis,
L. Kaminsiene, E. Jurgelionis,
www.vilnius-tourism.lt, www.viduramzai.lt,
www.lithuania.lt, www.vilnius-covention.lt,
www.hallswinterrally.lt, www.efoto.lt for the
contribution with photopgraps.



EURHODIP
Siège social/Head Office
Eurhodip AISBL
40 rue Washington
B1050 Bruxelles - Belgique



> Contact :
Christine Quentin
tel 33 4 78 38 42 99
Fax 33 4 72 40 28 41
bruxelles@eurhodip.com

NEWS ACTUALITÉS

- Eurhodip Awards 2013 **P06**
- Marianne Müller Award new version / nouvelle version **P08**
- Board of Directors meetings Réunions du conseil d'administration **P10**
- Next board meetings and next conference Prochaines reunions du conseil et prochaines conferences **P11**
- European project SSA-TC Projet européen: SSA-TC **P12**
- Press review Revue de presse **P14**

NEWS FROM MEMBERS NOUVELLES DES MEMBRES

- Les honneurs de la reine Les honneurs de la reine **P15**
- IAL Emilia Romagna - IFTS IFTS : L'expérience de IAL Emilia Romagna **P16**
- Internationalization of Education L'internationalisation de l'enseignement **P18**
- Cittaslow project Le projet Cittaslow **P20**
- Wellness program in Maribor Programme wellness à Maribor **P22**
- Who is the waiter? Qui est le serveur ? **P24**
- Cooking and nutrition: a necessary combination Cuisine et nutrition : un duo indispensable **P25**
- Potential development of tourism in Kazakhstan Le potentiel de développement touristique du Kazakhstan **P27**



29

SPECIAL REPORT DOSSIER SPECIAL

- Wellness: a modern world for an ancient philosophy
Bien-être : une philosophie ancienne pour un monde moderne

P29

by Dr Melanie Smith, Associate Professor at the BKF University of Applied Sciences in Budapest.

32

CONFERENCE 2013 MARIBOR SLOVENIA

- Official opening
Ouverture officielle
- Topics & speakers
Les thèmes et les conférenciers
- Highlights
- Album photos
- Photo groupe

P34

P36

P40

P42

P44

46

CONFERENCE 2014 VILNIUS/ UTENA

- Niche tourism and education: trends - innovations - future
Tourisme de niche et enseignement : tendances - innovations - avenir

P46

EURHODIP AWARD 2013

This year, it is in Maribor, Slovenia, that Cees van der Klip, the president of Eurhodip, gave three Eurhodip Awards to congratulate personalities of the hospitality industry and of the world of tourism and hospitality education for their contribution and commitment.

Cette année, c'est à Maribor, en Slovénie, que le président d'Eurhodip, Cees van der Klip, a remis les Awards Eurhodip qui distinguent des personnalités du monde de l'industrie hôtelière et de l'enseignement du tourisme et de l'hôtellerie pour leur contribution et leur engagement.



The conference was organized by the Vocational College for Catering & Tourism Maribor (VCCT), consequently, Eurhodip gave an award to **Mr Mitja Maruško, the Head of the Directorate for Investments at the Ministry of Education, Science and Sports of the Republic of Slovenia**, in recognition of his support and commitment to the school's project.

Indeed, VCCT was successful in receiving the tender for co-investment in training centres - MIC II (Business-to-Business Centres) partially financed by the EU or more precisely by the European Regional Development Fund. The purpose of the tender is to finance projects for building and re-building facilities and purchasing educational and training technological equipment for B-to-B educational centres.

VCCT Maribor created a business-to-business educational centre called the **Academy of Culinary Arts and Tourism** which is to provide education, training and workshops for the tourism sector as well as for the interested public. In future, this modern equipment (technologically advanced classrooms, restaurants, cafes, pastry shops etc.) will enable the B-to-B educational centre to organize national and international events, to give young people the opportunity to be trained to jobs with high demand, to ensure high quality tourist offers through the constant training of catering and tourist workers, to retrain the unemployed and to carry out social entrepreneurship projects.

Through the Eurhodip Award 2013, Eurhodip wanted to pay tribute to Mitja Maruško for his constant support in this project.



Mitja Maruško
Drs Cees van der Klip

A La conférence étant organisée par le Vocational College for Catering & Tourism Maribor (VCCT), Eurhodip a souhaité remettre un award à Monsieur Mitja Maruško, Directeur des Investissements au Ministère de l'Enseignement, des Sciences et des Sports de la République slovène, pour son soutien et son engagement en faveur du projet de cette école.

En effet, le VCCT a remporté l'appel d'offres pour un co-investissement des centres de formation (Business-to-Business centres) par l'Union Européenne (Fonds de développement régional européen). Cet appel d'offres doit financer les projets de construction et de rénovation des installations et l'achat d'équipements technologiques d'enseignement et de formation des centres de formation B2B.

Le Vocational College for Catering & Tourism Maribor a créé un centre de formation B-to-B appelé **Académie d'Art Culinaire et de Tourisme** qui doit dispenser des enseignements et des formations pour l'industrie du tourisme et l'intérêt public. A l'avenir, ces équipements modernes (salles de classe, restaurants, cafés et pâtisserie à la pointe de la technologie), permettront à l'académie d'organiser des événements nationaux et internationaux, d'offrir aux jeunes la possibilité de se former à des métiers à forte demande, d'assurer la qualité de l'offre de service aux touristes par la formation régulière des personnels du tourisme et de la restauration, de recycler les chômeurs et de mener des projets d'entrepreneuriat social.

Eurhodip a souhaité saluer publiquement le soutien constant de Mitja Maruško dans ce projet en lui remettant l'Award Eurhodip 2013.

Eurhodip also congratulated **Mr Jaume Tapiès, the International President of the flagship brand Relais & Châteaux**, for his key role in supporting tourism, hospitality, gastronomy and a certain life style "à la française".

Jaume Tapiès is in the Relais & Châteaux family since he was a child. He promotes and supports the qualities of the prestigious institution that gathers 450 hotels in 50 countries. He is the owner and director of the hotel El Castell de Ciutat in La Seu d'Urgell since 1992, and he was the president of the Spanish-Portuguese delegation of Relais & Châteaux for more than 10 years. In 1997, he was elected as General Secretary of the association, and his determination appealed to the members of the network who elected him as president in 2005 and re-elected him in 2009.

He is from Andorran origin and graduated in Glion. He knows no language barriers and speaks German as well as French, Italian, English and Portuguese. Altogether with Spanish and Catalan, his mother tongues, he speaks 7 languages. That goes to show how much he knows how to convey his passion!

He won the Spanish championship in cross-country skiing three times, he is a private pilot and a member of the Barcelona flying club, he likes competition and his eagerness to innovate, go ahead and communicate is boundless.

According to his own words, Jaume Tapiès' ambition for the fascinating brand is to give it a prestigious international reputation through celebrating the "art de vivre" in a very unique way.



Jaume Tapiès
Drs Cees van der Klip

Eurhodip tenait également à rendre hommage à **Monsieur Jaume Tapiès, Président International de la très célèbre marque Relais & Châteaux**, pour le rôle très important qu'il joue en faveur du tourisme, de l'hôtellerie, de la gastronomie et d'un certain art de vivre à la française.

Dans la famille des Relais & Châteaux depuis sa plus tendre enfance, il défend les vertus de cette prestigieuse institution qui réunit 450 établissements dans 50 pays. Propriétaire et directeur de l'hôtel El Castell de Ciutat à La Seu d'Urgell depuis 1992, il préside la délégation Espagne-Portugal des Relais & Châteaux pendant plus de 10 ans. En 1997, il est élu secrétaire général de l'association, et sa détermination a séduit les membres du réseau qui l'ont élu président en 2005 puis réélu en 2009.

Andorran d'origine, ce diplômé de Glion ne connaît pas les frontières de la langue et s'exprime aussi bien en allemand, français, italien, anglais ou portugais ; avec l'espagnol et le catalan, ses langues maternelles, il en parle 7. C'est dire qu'il sait transmettre sa passion.

Sacré trois fois champion de ski de fond d'Espagne, pilote privé et membre de l'aéroclub de Barcelone, il aime la compétition et son enthousiasme à innover, entreprendre et communiquer est sans bornes.

L'ambition de Jaume Tapiès pour la fascinante marque est, selon ses propres propos, de la faire rayonner à l'international en célébrant l'art de vivre de façon totalement unique.

Finally, the president, Cees van der Klip, gave a Eurhodip award to **Viktor Puguev, the Head of the Holding "Central Council on Tourism and Excursions" (CCTE)**, an institution which is now private, issued from the Ministry of Domestic Tourism in the Soviet Union era.

Viktor Puguev's career cannot be considered out of the development of tourism and leisure in the Soviet Union and later in the Federation of Russia. He grew from chief engineer to head of the Ministry for the building of Soviet Union tourist resorts, and then he was appointed as president of the CCTE which was one of the most important tourist organizations in the world with 26 million tourists every year and about 130 million excursions in 1975. The CCTE was offering 350 itineraries, tourist offices were created in 600 cities and regions.

Viktor Puguev is the President of the CCTE since 1994, he was elected Vice-President of the Independent Trade Union Federation of the Russian Federation. The CCTE is at the origin of the Russian International Academy for Tourism (RIAT), one of the leading universities of tourism education in Russia.



Viktor Puguev
Drs Cees van der Klip

Enfin, un Award Eurhodip a été remis par le président, Cees van der Klip, à **Viktor Puguev, Président du Conseil Central pour le Tourisme et les Excursions (CCTE)**, organisme aujourd'hui privé émanant du Ministère du tourisme domestique durant l'époque soviétique.

La carrière de Viktor Puguev est indissociable du développement du tourisme et des loisirs dans l'Union Soviétique puis dans la Fédération de Russie. Il passe d'ingénieur en chef à Directeur du Ministère de la construction de complexes touristiques de l'Union Soviétique, puis il est nommé président du CCTE qui est l'un des plus importants organismes touristiques du monde avec 26 millions de touristes par an, près de 130 millions d'excursions en 1975. Dans le cadre du CCTE, 350

itinéraires de voyages étaient proposés, des offices du tourisme ont été créés dans 600 villes et régions.

Viktor Puguev est président du CCTE depuis 1991, et en 1994 il a été élu vice-président de la Fédération des syndicats indépendants de la Fédération de Russie. Le CCTE est à l'origine de la création de l'Académie internationale pour le tourisme de la Fédération de Russie (RIAT), l'une des principales universités du tourisme en Russie.

MARIANNE MÜLER AWARD 2013

NEW RULES FOR THE MARIANNE MÜLLER AWARD: MORE CHALLENGING

NOUVEAU REGLEMENT DU MARIANNE MÜLLER AWARD : PLUS STIMULANT



Eurhodip student competition has been completely renewed. True to the international spirit of both our association and the hospitality industry, the new rules bring students closer together in cross-national and cross-cultural teams and enhance their innovative and creative spirit.

Le concours Eurhodip des étudiants vient d'être complètement renouvelé. Fidèle à l'esprit international de notre association et de l'industrie hôtelière, la nouvelle organisation du concours rassemble les étudiants dans des équipes multinationales et multiculturelles et met en valeur leur capacité d'innovation et leur créativité.

Students no longer prepare their case study in advance, but during the conference. On their arrival, they are grouped into international teams and they are given a case study to work on for a whole day. They present their work to the conference audience at the end of the general meeting. The audience is taking part in the final score through a vote (30%), the jury representing 70% of the global marking.

A REAL SUCCESS

The first edition of the new contest was a real success, 35 students from 10 different countries participated in the first selection. The finalists enjoyed being together and a strong sense of team spirit developed right from the first day. They worked in a friendly atmosphere and cross-culturalism was intellectually invigorating.

Les étudiants ne préparent plus leur étude de cas à l'avance, mais pendant la conférence. A leur arrivée, ils sont regroupés en équipes internationales qui doivent travailler sur une étude de cas pendant toute une journée. Chaque équipe présente son travail au public de la conférence à la fin de l'assemblée générale. Le public prend part au résultat final lors d'un vote (30%), le jury attribuant 70% de la note globale.

UNE REUSSITE

La première édition du nouveau concours a été une véritable réussite. 35 étudiants de 10 pays différents ont participé à la première sélection. Les finalistes étaient heureux d'être réunis et un fort sentiment d'équipe est né dès le premier jour. L'ambiance de travail était très conviviale et le multiculturalisme intellectuellement stimulant.



A 1st and a 2nd prize were awarded during the gala dinner organised in Maribor on 13th July 2013, during the Eurhodip conference.

Un 1^{er} et un 2^e prix ont été remis pendant la soirée de gala organisée à Maribor le 13 juillet 2013, pendant la conférence Eurhodip.

1ST PRIZE WINNING TEAM

Mehmet COLAK – European University of Lefke – North Cyprus – Turkey
 Helena VALHER – Vocational College for Catering & Tourism Maribor – Slovenia
 Marieta VANOYAN – Armenian Institute for Tourism – Armenia
 Olga VORONINA – Moscow State Institute for the Industry of Tourism – Russia



2ND PRIZE WINNING TEAM

Aknur ALIMBEKOVA – Kazakh Ablay Khan University of International Relations & World Languages – Kazakhstan
 Anastasia EFIMOVA – Russian International Academy for Tourism – Russia
 Hannah GOODALL – Coleg Llandrillo Menai – Wales – United Kingdom
 Dainius KLIMASAUSKAS – Utene University of Applied Sciences – Lithuania



Every student received the Marianne Müller Award 2013 medal as well as a certificate.

Chaque étudiant s'est vu remettre la médaille du Marianne Müller Award 2013 ainsi qu'un certificat.

BOARD OF DIRECTORS MEETINGS LES REUNIONS DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

March 2013

Nîmes – France

Director: Karine BENZAZON

14 participants

The board of directors meets
in Camargue

Le conseil d'administration se réunit
en Camargue



The president, Cees van der Klip, presents the broad lines of the actions he intends to conduct during his mandate. They will mainly focus on improving the quality of Eurhodip contents and services. He plans to provide Eurhodip with the appropriate organisational means; the executive board should be the driving force, the board of directors being an operational body. The enhancement of Eurhodip requires the recognition of Eurhodip diplomas and of the Euroqual label.

One of the first change concerns the complete reorganization of the Marianne Müller Award proposed by Martin Dannenmann. The new version of the contest is launched this year.

Le président, Cees van der Klip, présente les grandes lignes des actions qu'il souhaite mener pendant son mandat. Améliorer la qualité des services et des contenus d'Eurhodip sera sa priorité. Aussi, il compte doter Eurhodip des moyens organisationnels appropriés, le bureau exécutif doit jouer un rôle moteur, le conseil d'administration étant un organe organisationnel. Cette revalorisation d'Eurhodip passe par la reconnaissance des diplômes Eurhodip et du label Euroqual. L'une des premières réformes porte sur la réorganisation complète du Marianne Müller Award proposée par Martin Dannenmann. La nouvelle formule du concours est lancée dès cette année.

July 2013

Maribor – Slovenia

Director: Helena CVIKL

14 participants

75th meeting of the board of directors

75^e réunion du conseil d'administration



A survey on members' expectations from the Eurhodip website was conducted and the results were presented during the board of directors meeting in Maribor. This will help finalize the new Eurhodip website which is to be launched at the end of the year. The aim is to create a more friendly, responsive and up-to-date website. The president presents the strategic plan for 2014: upgrading of conference contents, reviewing the missions of board of directors members, updating of Eurhodip services and products.

The 2012 accounts show positive results and are approved as well as the 2013 budget.

Une enquête a été menée concernant les attentes des membres vis-à-vis du site d'Eurhodip ; les résultats ont été présentés pendant le conseil d'administration à Maribor. Cette étude permettra de finaliser le nouveau site qui doit être lancé à la fin de l'année. Le but est de proposer un site Internet réactualisé, plus convivial et plus réactif. Le président présente le plan stratégique pour l'année 2014 : revalorisation du contenu des conférences, révision des missions des membres du conseil d'administration, mise à jour des services et des produits d'Eurhodip.

Les comptes 2012 montrent un résultat positif et sont approuvés ainsi que le budget 2013.

October 2013

Armenian Institute for
Tourism - Armenia

Director: Robert MINASYAN

10 participants

First time in Armenia for most
members

Première visite en Arménie pour la
plupart des membres



During this meeting, members consider the future development of Eurhodip diplomas so that they correspond to the European Qualification Framework. New avenues are explored. New developments in EU-programs are underway and Eurhodip could become a major project leader involving member schools as well as partners from the industry. Several applications for membership are assessed and submitted to the approval of the members. The payment of the yearly fee is brought up-to-date in order to update the members list.

Au cours de cette réunion, les membres envisagent le développement futur des diplômes Eurhodip afin qu'ils correspondent au Cadre Européen des Qualifications. De nouvelles pistes sont explorées. Les programmes européens connaissent actuellement des développements intéressants et Eurhodip pourrait devenir un coordinateur de projets important en impliquant des écoles membres ainsi que des partenaires de l'industrie.

Les candidatures de plusieurs écoles sont étudiées et soumises à l'approbation des membres. L'état du paiement de la cotisation annuelle est mis à jour, ce qui permettra de réactualiser la liste des membres.

NEXT BOARD MEETINGS PROCHAINS CONSEILS D'ADMINISTRATION

March 2014
Hotelfachschule
Heidelberg
 Director: Martin DANNENMANN



July 2014
Utena University of
Applied Sciences
 Rector: Gintautas BUZINSKAS



NEW MEMBERS IN 2013 NOUVEAUX MEMBRES EN 2013

In 2013, the board of directors examined 5 applications for membership of which 4 were approved and 1 was rejected.

Here is the list of new members for 2013:

En 2013, le conseil d'administration d'Eurhodip a examiné 5 candidatures dont 4 ont été approuvées, 1 a été rejetée.

Voici la liste des nouveaux membres d'Eurhodip en 2013:

FULL Members / Membres ACTIFS	
RUSSIA	<ul style="list-style-type: none"> Stavropol State Agrarian University – Federal state budgetary educational institution of higher professional education http://www.stgau.ru Kemerovo Institute of Food Science & Technology http://www.kemtipp.ru
UKRAIN	<ul style="list-style-type: none"> Kiev University of Tourism, Economics and Law http://kutep.ua/en Odessa National Economics University www.oneu.edu.ua

NEXT CONFERENCES PROCHAINES CONFERENCES

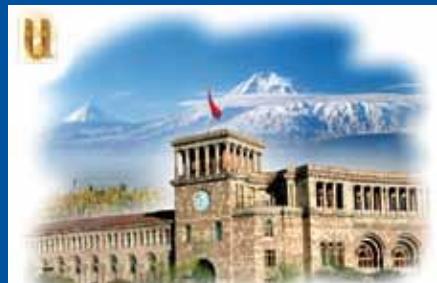
2-6 July 2014
Vilnius and Utena
LITHUANIA
Utena University of
Applied Sciences
 Rector: Gintautas BUZINSKAS



2015
Tel Aviv – ISRAEL
Vatel Tel Aviv
 Director: Lionel Bobot



2016
Yerevan – ARMENIA
Armenian Institute
of Tourism
 Director: Robert Minasyan



EUROPEAN PROJECTS



Meeting in Jenuu (Finland) - Feb. 2013



Meeting in Zagreb (Croatia) - Oct. 2013

Last year, we informed you about the European programme called Erasmus for All which includes a new category of transnational cooperation called Sector Skills Alliances to promote European cooperation within an economic sector.

Sector Skills Alliances are expected to promote cooperation between three fields - VET provision & research, sector stakeholders, and VET authorities or authorised bodies - and should therefore consist of a wide range of partners.

From 75 applications addressing the five economic sectors chosen for this pilot call, (automotive industry, aeronautic industry, health and social work, energy saving technologies and tourism and catering) 4 project proposals were selected. The projects kicked off their work in January 2013 and will terminate by the end of 2014.

L'an dernier, nous vous avons parlé du programme européen Erasmus pour Tous qui comporte un nouveau type de coopération transnationale appelée « Alliances sectorielles pour les compétences » encourageant la coopération entre trois domaines : l'enseignement et la formation professionnels, les acteurs du secteur économique concerné et les organismes publics ou privés impliqués dans le système de l'enseignement et de la formation professionnels. Ces alliances impliquent donc un éventail de partenaires très variés.

Parmi les 75 propositions émanant des cinq secteurs économiques sélectionnés pour cet appel pilote (industrie automobile, aéronautique, santé et assistance sociale, économie d'énergie et tourisme et restauration), 4 propositions de projets ont été sélectionnées. Les projets ont démarré en janvier 2013 et se termineront fin 2014.

SECTOR SKILLS ALLIANCES – TOURISM & CATERING (SSA-TC) - EAC-2012-0634

The partnership comprises 10 partners, including vocational training providers, bodies involved in education and training and one association with sector specific expertise that bring a Pan European range of experience from the tourism and catering sector.

OBJECTIVES

The project will evaluate the skill needs, skill gaps, skill shortages and skill mismatches in the tourism and catering industry across Europe. This will be addressed by using empirical and field research by the project partners focusing on main stakeholders comprising large, medium and small enterprises.

It will equally examine and analyse the curriculum or qualifications being offered at present by the educational and training institutions amongst the project partner countries, as well as the level of qualifications, pedagogy styles and assessment strategies being used in delivering vocational training. It will identify the best practices observed during the research survey being carried out, such as, curriculum contents, teaching methodologies, learning styles, and assessment strategies.

The project will develop and design a new curriculum / qualification. It is vital that the new curriculum / qualification being offered is at a minimum EQF levels to provide high level skills required by the tourism and catering industry. Finally, it will pilot and test the qualification produced at the selected project partner institutions to obtain feedback from learners and tutors.

FINAL RESULTS

In terms of output and results, the project has designed a website for SSA-TC and will design an e-learning platform as an on-line learning resource with the new curriculum / qualification including comprehensive learning contents in the form of text, pictures, PowerPoint presentations, videos and an on-line assessment strategy. The objective is to offer an on-line qualification which allows a flexible learning at any time so that it is also suitable for learners already in employment. It will also produce a qualification handbook in tourism and catering, a DVD, and will compile a strategy paper to inform all the interested stakeholders and the EU policy makers about the final outcomes of the SSA-TC project.

PROJECT PROGRESS

Partners have already met twice in Finland (Joensuu) and in Croatia (Zagreb) respectively. They are now working on the designing of the new curriculum / qualification which will have 6 modules at VET EQF level 5 for the learners on initial and continuous vocational and education training courses. All partners are trained to use an appropriate and user friendly IT platform and soon they will start to upload the material. They will work in teams / pairs according to their competences, experience and interest.

For further information about the project, please visit / pour de plus amples informations sur ce projet, nous vous invitons à vous rendre sur le site www.ssatc.eu

You may also contact the leader of the project: Vous pouvez également contacter le coordinateur du projet : Dr Shyam PATIAR – e-mail: s.patiar@gllm.ac.uk



ALLIANCES SECTORIELLES POUR LES COMPETENCES - TOURISME & RESTAURATION (SSA-TC) - EAC-2012-0634

Le partenariat comprend 10 partenaires qui apportent un éventail d'expériences paneuropéen dans le secteur du tourisme et de la restauration: des prestataires de formation professionnelle, des organismes impliqués dans l'enseignement et la formation et une association ayant une expertise dans le secteur.

OBJECTIFS

Le projet va évaluer les besoins, les lacunes, la pénurie et les inadéquations en termes de compétences dans l'industrie du tourisme et de la restauration dans toute l'Europe. Pour mener à bien ce travail, les partenaires du projet effectueront des recherches empiriques sur le terrain qui se concentreront sur les principaux acteurs des petites, moyennes et grandes entreprises.

Le projet examinera et analysera les programmes ou les diplômes proposés actuellement par les organismes d'enseignement et de formation dans les pays des partenaires du projet, ainsi que le niveau des diplômes, les méthodes pédagogiques et les politiques d'évaluation prévalant dans l'enseignement professionnel. Le projet identifiera les meilleures pratiques observées pendant les enquêtes en termes de contenu de programmes, méthodes pédagogiques, mode d'apprentissage et politiques d'évaluation. Le projet développera et concevra un nouveau programme / diplôme. Il est essentiel que le nouveau programme / diplôme offert soit au moins de niveau CEC (Cadre Européen des Certifications) afin de fournir les compétences de haut niveau dont l'industrie du tourisme et de la restauration a besoin. Enfin, le projet pilotera et testera le diplôme conçu dans les établissements des partenaires du projet afin d'avoir un retour et des commentaires de la part des apprenants et des tuteurs.

RESULTATS

En termes de production et de résultats, un site Internet a été créé pour le projet SSA-TC et une plateforme e-Learning sera également conçue comme un outil d'apprentissage en ligne, le nouveau programme / diplôme comprenant des contenus d'apprentissage complets sous forme de textes, images, présentations power point, vidéos et instruments d'évaluation en ligne. Le but est d'offrir un diplôme en ligne qui permette un apprentissage flexible à tout moment de façon à être accessible aussi aux apprenants qui travaillent déjà. Un manuel du programme de tourisme et restauration et un DVD seront édités, ainsi qu'un document de présentation de la stratégie afin d'informer tous les acteurs et les responsables des politiques de l'UE des résultats du projet SSA-TC.

AVANCEMENT DU PROJET

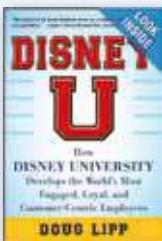
Les partenaires se sont déjà rencontrés deux fois en Finlande (Joensuu) et en Croatie (Zagreb). Ils travaillent actuellement à la conception du nouveau programme / diplôme qui comportera 6 modules d'enseignement et de formation professionnels de niveau 5 du CEC destinés à des apprenants qui suivent des formations initiales ou continues. Tous les partenaires sont formés à l'utilisation d'une plateforme informatique adaptée et conviviale, et ils vont bientôt commencer à télécharger le contenu sur cette plateforme. Ils travailleront en équipes ou par paires selon leurs compétences, expériences et intérêts.

MEDIA REVIEW / REVUE DE PRESSE

Our members' selection of recent books, articles or websites dealing with hospitality, tourism, education and training.

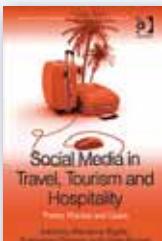
Sélection de livres, articles et sites Internet récents proposée par nos membres dans le domaine de l'hôtellerie, du tourisme, de l'enseignement et de la formation.

BOOKS / LIVRES



- **Disney U: How Disney University Develops the World's Most Engaged, Loyal, and Customer-Centric Employees** by Doug Lipp, published by McGraw-Hill; 1 edition (March 5, 2013)

Today, creating internal and external loyal customers is vital for most of the establishments.



- **Social Media in Travel, Tourism and Hospitality: Theory, Practice and Cases (New Directions in Tourism Analysis...)** edited by Marianna Sigala, Evangelos Christou and Ulrike Gretzel (Feb 2012) - Published by Ashgate Publishing Limited
- This book presents cutting-edge theory, research and case studies.

It investigates web 2.0 applications and tools that transform the role and behaviour of the new generation of travellers, and examine the ways in which firms reengineer and implement their business models and operations, such as new service development, marketing, networking and knowledge management.



- **"Le Choix des modèles de revenu dans la haute gastronomie"**, Revue française de gestion 1/2008 (n° 181), p. 145-159.
www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2008-1-page-145.htm. DOI : 10.3166/rfg.181.145-159

Une étude sur la manière dont les grands chefs (2 ou 3 étoiles Michelin) génèrent leurs revenus, fruit d'interviews exploratoires approfondies auprès de 20 grands chefs installés en France, Belgique, Grande-Bretagne et en Suisse.



- **Luxury attitude : Enquête sur le Service dans le domaine du Luxe... Et comment s'en inspirer pour fidéliser les clients**, Erik Perey, Lionel Meyer Gabrielle de Montmorin, edited by Maxima, 14/03/2013
- De palaces en maisons de Luxe, de boutiques en restaurants, ce livre propose un point de vue unique sur le monde du service. Ce panorama pragmatique et incisif confronte le Service rendu par le personnel et le vécu du Client.*

JOURNALS / REVUES SPECIALISEES



- **Journal of Organizational Behavior (English)**: The Journal of Organizational Behavior aims to publish empirical reports and theoretical reviews of research in the

field of organizational behavior, wherever in the world that work is conducted. The journal will focus on research and theory in all topics associated with organizational behavior within and across individual, group and organizational levels of analysis, including:

[http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1002/\(ISSN\)1099-1379](http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1002/(ISSN)1099-1379)



- **Annales du Tourisme 2012**, Jean-Michel Hoerner, edited by Talaia, (French)

Ce troisième livre de la Collection Géopolitique fait le point sur un tourisme mondial qui, malgré les crises, poursuit son expansion au rythme de la mondialisation. L'auteur livre une analyse passionnante, prenant en compte tous les bouleversements de ces derniers mois et faisant appel à la géopolitique pour mesurer les évolutions du monde

INTERNET ARTICLES / ARTICLES PUBLIES SUR LE NET

- **Six Technology Trends Revolutionising the Hospitality Industry**, by Calum Mc Indoe In Hospitality Net, 13 May 2013, www.hospitalitynet.org/news/4060662.html

An exhaustive analysis of the trends that are going to govern the future hospitality industry.

- **UNWTO Tourism Highlights Reports, 2013 Edition**, freely accessible from UNWTO (<http://mkt.unwto.org/en/publication/unwto-tourism-highlights-2013-edition>)

The report gives an overview of international figures of arrivals and expenditure and also gives an outlook of what can be expected for the future. Lecturers and students can benefit from these 2012 results. The report is in English but will also be available in Spanish and French.

- **Global Sustainable Tourism Criteria for Destinations, 1st November 2013**, published by GSTC council, www.gstcouncil.org/sustainable-tourism-gstc-criteria/criteria-for-destinations.html

WEBSITES / SITES INTERNET

gstcouncil.org



tourism-review.com



The site provides news on tourism and hotel industry on weekly basis

h-g-r.com



The site provides practical placement and job positions for students and graduates in the hotel industry all over the world.

hospitalitynet.org



luxury-attitude.com





Dr Shyam Patiar,
International Consultant
Coleg Llandrillo Cymru

HONOURED BY THE QUEEN LES HONNEURS DE LA REINE

In 2011, Coleg Llandrillo Cymru was awarded a Queen's Anniversary Prize for Higher and Further Education which promotes world-class excellence and achievements.

On 15 June 2013, Dr Shyam Sunder Patiar was recognised with an MBE for services to Hospitality and Catering Vocational Education in North Wales (Llandudno, Conwy).

MBE: Member of the Most Excellent Order of the British Empire, an order of chivalry.

The Queen's Birthday Honours are awarded in recognition of the achievements and service of extraordinary people right across the United Kingdom. The awards aim at promoting social action and to encourage and enable people to play a more active part in society. The Birthday Honours are awarded as part of the Queen's Official Birthday celebrations during the month of June.

Dr Shyam Patiar helped launch the careers of hundreds of young people in the catering and tourism industry. He is now an international consultant at Coleg Llandrillo where he was a lecturer for over 40 years before becoming its director. He is also the vice president of Eurhodip.

"I have always taken a great pride to do my very best in preparing young people for the hospitality and tourism industry across the UK and internationally."

UK is one of the top five tourism destinations in the world and hospitality is the only industry which has created new jobs even at the time of recession whilst some other industries are in decline.

My work has given me a great joy and I am delighted to be recognized for something I am really passionate about."

En 2011, le College Llandrillo Cymru s'est vu décerné le Queen's Anniversary Prize pour l'enseignement supérieur et la formation professionnelle, qui promeut l'excellence et la réussite d'envergure internationale.

Le 15 juin 2013, Dr Shyam Sunder Patiar a été distingué par un MBE pour services rendus au monde de la formation professionnelle de l'hôtellerie, de la restauration et du tourisme au Pays de Galles (Llandudno, Conwy).

MBE= Membre du « Most Excellent Order of the British Empire » (Excellentissime ordre de l'Empire britannique), un ordre de chevalerie du système honorifique britannique.

Les « Queen's Birthday Honours » sont décernés à des personnalités hors du commun dans tout le Royaume-Uni en reconnaissance de leurs réussites et de leurs services. Le but est de promouvoir l'action sociale et d'encourager les citoyens à jouer un rôle plus actif dans la société. Les Birthday Honours sont remis dans le cadre de la célébration de l'anniversaire officiel de la reine chaque année au mois de juin.

Dr Shyam Patiar a lancé la carrière de centaines de jeunes dans l'industrie du tourisme et de la restauration. Il est actuellement consultant international au College Llandrillo où il a enseigné pendant plus de 40 ans pour devenir ensuite directeur du collège. Il est également vice-président d'Eurhodip.

« J'ai toujours été très fier de faire de mon mieux pour préparer les jeunes aux métiers du tourisme et de l'hôtellerie au Royaume Uni et à l'international.

Le Royaume Uni est l'une des cinq grandes destinations touristiques dans le monde et l'hôtellerie est la seule industrie à avoir créé de nouveaux emplois même en temps de crise alors que d'autres industries sont en déclin.

Mon travail m'a donné beaucoup de satisfaction et je suis ravi d'être reconnu pour quelque chose qui me passionne réellement.»

**THE QUEEN'S
ANNIVERSARY PRIZES
FOR HIGHER AND FURTHER EDUCATION**

2011

IFTS IN ITALY: IAL EMILIA ROMAGNA EXPERIENCE

IFTS : L'EXPÉRIENCE DE IAL EMILIA ROMAGNA



Programmes of higher technical education & training leading to professional profiles with high employment rate. IFTS is a joint programme designed and managed by vocational training providers, schools, universities and companies.

IFTS courses are post-secondary higher education (non-tertiary and non academic). They offer higher technical education and training pathways and courses.

Programmes de formation et d'enseignement techniques supérieurs conduisant à des profils professionnels à fort taux d'emploi – IFTS (Istruzione e Formazione Tecnica Superiore). IFTS est un programme conjoint conçu et géré par des fournisseurs de formation professionnelle, des écoles, des universités et des entreprises. Ces sont des programmes d'enseignement supérieur postsecondaires (non universitaires et non académiques). Ils comprennent des parcours et des cours d'enseignement et de formation supérieurs.

According to the national decree dated 25 January 2008, a learning outcome approach is fully adopted in IFTS system, thus supporting the development of basic competences in line with the European strategy.

With regards to the competencies common to all paths, in fact, basic and transversal competencies already shared will be reformulated according to the EQF (European Qualification Framework) format, adopting the learning outcomes structure.

IFTS courses train specialized technicians able to manage both organizational and productive processes related to technological innovations, and to market internationalization.

Curricula foresee traditional teaching/learning jointly with workshops and internship periods in companies. IFTS are organized in two semesters and have an average duration of 800/1000 hours (including internships).

IAL Emilia Romagna is actively involved in this activity, through the **Scuola Alberghiera e di Ristorazione di Serramazzoni (MO)** (**Serramazzoni Hotel and Catering School**), managed by Giuseppe Schipano having designed and managing IFTS course named "*Tecnico esperto in creazione e realizzazione di menu delle tipicità enogastronomiche del territorio*" (Technician expert in preparation and realization of typical local foods and wines products based menus).

The activity started at the beginning of November 2013 and will run out till next November 2014. Partners of the project are famous and typical local restaurants, Piacenza Catholic University and a local high school.

The course will last 800 hours whereof 450 hours for theory and workshop practice, plus 320 hours for internship in partner restaurants, and 30 hours for individual project work.

The course is free, being financed by European Social Fund.

To participate in the training activities, candidates must be at least high school diploma holders or, as an alternative, must have

Elon le décret national du 25 janvier 2008, le système d'enseignement IFTS se place d'un point de vue de résultats de l'apprentissage, favorisant donc le développement des compétences de base en accord avec la stratégie européenne.

En ce qui concerne les compétences communes à tous les parcours, les compétences élémentaires et transversales déjà partagées seront reformulées en conformité avec le CEC (Cadre européen des certifications) et selon une organisation par résultats d'apprentissage.

Les cours IFTS préparent des techniciens spécialisés capables de gérer des processus organisationnels et de production intégrant les innovations technologiques et l'internationalisation du marché.

Les programmes prévoient un enseignement/apprentissage traditionnel conjointement avec des ateliers et des stages en entreprise. Les IFTS sont organisés sur deux semestres et sont d'une durée moyenne de 800/1000 heures (stage inclus).

IAL Emilia Romagna est activement impliqué dans cette activité, par l'intermédiaire de la **Scuola Alberghiera e di Ristorazione di Serramazzoni (MO)** (Ecole d'hôtellerie et de restauration de Serramazzoni), dirigée par Giuseppe Schipano, qui a conçu et géré un programme IFTS dénommé "*Tecnico esperto in creazione e realizzazione di menu delle tipicità enogastronomiche del territorio*" (Technicien expert en création et réalisation de menus à base de produits et de vins locaux typiques).

L'activité a commencé au début du mois de novembre 2013 et sera poursuivie jusqu'en novembre 2014. Les partenaires du projet sont des restaurants typiques et renommés de la région, l'université catholique Piacenza et un lycée local.

Le cours est de 800 heures dont 450 heures sont consacrées à la théorie et à la pratique en atelier, 320 heures au stage dans les restaurants partenaires et 30 heures au projet personnel. Le cours est gratuit puisqu'il est financé par le Fonds social européen.

Afin de participer aux activités de formation, les candidats doivent être titulaires d'un diplôme d'études secondaires au moins, ou bien avoir des expériences dans le secteur conformément aux conditions

experiences in the sector according to the requested requirements; selection is always foreseen.

At the end of this training experience, the 20 attendees will be able:

- to prepare and realize typical traditional recipes and to propose them in a personalized way;
- to decide appropriate combination among food and wines to realize typical and traditional menus;
- to master the techniques to prepare typical and elaborate courses such as cold and hot appetizers, main courses, side dishes, sauces and to serve them in the appropriate way.

Coherently with this approach the course also provides for the development of relational and cultural competences to improve and enrich the general professionalism of attendees.

Indeed IFTS' aim is to give a wider answer to the needs of more specialized technical skills, based on the development of learning results in a joint approach of different educational and training systems: vocational, school, university through the direct and active involvement of companies.

Teachers are always professionals coming from companies and university, jointly with IAL Emilia Romagna trainers. All of them are well trained to use active teaching method to support and facilitate learning to make it the most effective as possible.

At the end of the activities there will be an official and formal examination according to Emilia-Romagna Region SRFC - *Sistema Regionale di Formalizzazione e Certificazione delle Competenze* (Regional Competences Formalization and Certification System) that allows to formalize and certify the acquired competences.

The qualified attendees will be awarded a Certificato di Specializzazione Tecnica Superiore (Higher Technical Specialization Certificate) for "Tecniche di progettazione e realizzazione di processi artigianali e di trasformazione agroalimentare con produzioni tipiche del territorio e della tradizione enogastronomica" (Techniques to prepare and realize handcrafts and agricultural and foods transformation processes using local typical products and of foods and wines tradition), corresponding to EQF (European Qualification Framework) level 5.

requires. Une sélection est toujours organisée.

A la fin de cette expérience de formation, les 20 participants seront en mesure de :

- préparer et réaliser des recettes traditionnelles typiques et les proposer d'une façon personnelle,
- décider de l'accord adéquat entre les mets et les vins afin de réaliser des menus traditionnels typiques,
- utiliser certaines techniques de préparation de mets typiques élaborés comme les amuse-bouches chauds et froids, les plats principaux, les accompagnements, les sauces et les servir de la bonne façon.

En accord avec cette approche, le cours prévoit également le développement de compétences relationnelles et culturelles afin d'améliorer et d'enrichir le professionnalisme des participants.

En fait, le but du programme IFTS est de mieux répondre aux besoins de compétences techniques spécialisées, en se basant sur le développement des résultats d'apprentissage obtenus à partir de différents systèmes d'enseignement et de formation : professionnel, scolaire et universitaire avec la participation directe ou indirecte des entreprises.

Les enseignants sont des professionnels de l'entreprise ou de l'université qui travaillent en collaboration avec les formateurs de IAL Emilia Romagna. Ils sont tous habitués à utiliser des méthodes pédagogiques actives qui aident et facilitent l'apprentissage afin de le rendre le plus efficace possible.

A la fin des activités, un examen officiel et formel sera organisé selon le système de formalisation et de certification des compétences en vigueur dans la région Emilia Romagna. SRFC - *Sistema Regionale di Formalizzazione e Certificazione delle Competenze*.

Les participants qualifiés recevront un Certificat de Spécialisation Technique Supérieur (*Certificato di Specializzazione Tecnica Superiore*) pour la préparation et la réalisation de processus artisanaux et de transformation agroalimentaire à partir des produits et des vins typiques de la région. Ce certificat correspond au niveau 5 du CEC (Cadre européen de certification).

www.ialemiliaromagna.it



Internationalization of education in the form of double degree Master study program in tourism

Internationalisation de l'enseignement sous forme de double master en tourisme



The internationalization of education in tourism and hospitality is important in the preparation of graduates as tourism itself is the international phenomena. The Faculty of Economics, Matej Bel University (MBU) in Banska Bystrica in Slovakia and the Faculty of Mathematics and Geography, Catholic University Eichstaett-Ingolstadt in Germany have prepared the double degree master study program „Tourism and Regional Planning – Management and Geography“ and „Economics of Tourism Businesses“ with the objective to utilize high expertise of teachers and researchers from both universities and to enable selected students to acquire knowledge, skills and competencies in tourism and hospitality studies in the two countries. Students spend part of their studies at partners' universities, they participate in courses taught in English and will meet all the students' obligations prescribed by both universities including the production of the master thesis in English language.

L'internationalisation de l'enseignement du tourisme et de l'hôtellerie est important dans la préparation des diplômés étant donné que le tourisme est un phénomène international. La faculté d'Economie de l'université Matej Bel à Banska Bystrica en Slovaquie et la faculté de Mathématiques et Géographie, de l'université catholique Eichstaett-Ingolstadt en Allemagne ont conçu le programme du double master en « Tourisme et planning régional – gestion et géographie », et « Economie des entreprises de tourisme », avec l'objectif d'utiliser la grande expertise des enseignants et des chercheurs des deux universités et de permettre aux étudiants sélectionnés d'acquérir le savoir, le savoir-faire et les compétences des études en tourisme et hôtellerie des deux pays. Les étudiants font une partie de leurs études dans les universités partenaires, participent aux cours enseignés en anglais et se conforment aux exigences des deux universités y compris la rédaction d'un mémoire de master en anglais.

The course "Field trip" has been introduced in the framework of this study program which is organized by both universities not only for the students of this double degree study program but also for all students of master studies programs at both universities. This course is offered in the first and second term of the first year in master degree studies. The field trip organized by Prof. Dr. Harald Pechlaner from the Catholic University Eichstaet – Ingolstadt in 2013 took place in Caucasus region and students were working on various projects dealing with issues of tourism destination management and development in selected destinations in Russia, Armenia and Georgia. The field trip organized by Assoc. Prof. Dr. Jana Kučerová from Matej Bel University in Banska Bystrica focused on three tourism regions in Slovakia (Kosice – European Capital of Culture in 2013, Spis and Pieniny). The learning outcomes of the "Field trip" formulated according to the taxonomies dimension of Anderson and Krathwohl (2001) are:

- Students are recalling relevant facts belonging to the selected tourism destinations.
- Students map and explain the main problems of tourism development in selected destinations.
- Students carry out secondary research on tourism potential, contemporary marketing activities, existing market, tourism infrastructure, and destination management organizations in selected regions.

Le cours « Sortie terrain » a été introduit dans le cadre de ce programme qui est organisé par les deux universités non seulement pour les étudiants de ce double master, mais également pour tous les étudiants des programmes de master des deux universités. Ce cours est proposé au premier et deuxième trimestres de la première année du master. La sortie terrain organisée par Dr Harald Pechlaner de l'université catholique d'Eichstaet-Ingolstadt en 2013 a eu lieu dans la région du Caucase et les étudiants ont travaillé sur plusieurs projets liés à des questions de gestion et développement de destinations touristiques dans des sites sélectionnés en Russie, Arménie et Géorgie. La sortie terrain organisée par le professeur Jana Kucerova de l'université Matej Bel de Banska Bystrica était concentrée sur trois régions touristiques de la Slovaquie (Kosice – capitale européenne de la culture en 2013), Spis et Pieniny. Les résultats des apprentissages de la Sortie Terrain formulés selon le système de classification d'Anderson et Krathwohl (2001) sont les suivants :

- Les étudiants se souviennent de faits pertinents concernant les destinations touristiques sélectionnées.
- Les étudiants repèrent et expliquent les problèmes de développement touristique dans les destinations sélectionnées.
- Les étudiants mènent la seconde recherche sur le potentiel touristique, les activités marketing contemporaines, le marché existant, les infrastructures touristiques, et les organismes de gestion de destination dans des régions sélectionnées.

- Students conduct the SWOT analysis of tourism development in the selected tourism destinations and generate their own concepts of tourism development in the destinations.
- Students verify their proposed concepts during the visit of the destinations and during the discussions with the most important stakeholders in the destinations.
- Students of MBU design the itinerary of the field trip and make arrangements for accommodation and transport during the field trip.

The course implements more learning activating methods as described by Macke et al. (2008). There are seminars in the winter term focusing on the methodology of the elaboration of the tourism development concept in the destination. Expert interviews are conducted during the visits of particular tourism attractions, hotels and hospitality facilities, and destination management organizations during the field trip. During seminars discussions are focusing on the evaluation of the results of the secondary research conducted by the students working in teams. At the end of the course, students elaborate a case study from selected destinations and formulate the issue – based scenario of tourism development in visited tourism destinations.

Students participating in the course will get more competences and skills, such as ability to analyze data and clearly formulate the results of their research. They will also improve presentation skills as they are obliged to present the results of their secondary research in front of other students but also in front of the main stakeholders in the destination. They will get familiar with the local culture and heritage of the visited destinations and have the opportunity to meet and discuss tourism development issues with tourism representatives. They can also improve their foreign language skills thanks to working in a group with other international students and also by participating at the international field trip.

Both field trips were positively evaluated by the participating students and there is an increasing interest in this course in spite of the fact that students must cover all the expenses connected with the field trip from their own resources.

- Les étudiants font des analyses SWOT du développement du tourisme dans les destinations touristiques sélectionnées et produisent leurs propres concepts de développement touristique dans ces destinations.
- Les étudiants vérifient les concepts qu'ils ont proposés lors des visites des destinations et pendant les discussions avec les acteurs les plus importants dans ces destinations.
- Les étudiants de Matej Bel University (MBU) conçoivent l'itinéraire de la visite de terrain et organisent l'hébergement et le transport.

Le cours met en œuvre d'autres méthodes d'apprentissage comme décrit par Macke et al. (2008). Il y a des séminaires en hiver portant sur la méthodologie de l'élaboration du concept de développement touristique dans la destination. Des entretiens d'experts sont menés pendant les visites de certaines attractions touristiques, hôtels et équipement hôteliers, des organismes de gestion de destination pendant la visite de terrain. Les discussions pendant les séminaires portent sur l'évaluation des résultats de la deuxième recherche menée par les étudiants qui travaillent en équipe. A la fin du programme, les étudiants élaborent une étude de cas à partir des destinations sélectionnées et formulent la problématique (scénario de développement touristique dans les destinations touristiques visitées).

Les étudiants participant au programme auront plus de compétences et d'aptitudes, telles que la capacité d'analyser des données et de clairement formuler les résultats de leur recherche, ou des compétences de présentation puisqu'ils doivent présenter les résultats de leur deuxième recherche devant les autres étudiants mais également devant les principaux acteurs de la destination. Ils vont se familiariser avec la culture locale et les traditions des destinations visitées et avoir la possibilité de rencontrer les représentants du tourisme et de discuter des questions de développement touristiques avec eux. Ils peuvent également améliorer leurs compétences en langue étrangère grâce au travail en groupe avec d'autres étudiants internationaux ainsi qu'en participant à la visite de terrain internationale. Les deux visites de terrain ont été positivement évaluées par les étudiants participant et on dénote un intérêt croissant pour ce programme bien que les étudiants doivent assumer eux-mêmes tous les frais liés au voyage de terrain.



References:

- ANDERSON, L. – Krathwohl,D. (2001). *A Taxonomy for Learning, Teaching and Assessing*. New York: Longman, 2001.
MAC KE, G. – HANKE, U. – VIEHMANN, P. (2008). *Hochschuldidaktik. Lehren, Vortragen, Prüfen*. Weinheim: Beltz, 2008.

For further information, you may contact the author:

Assoc. Prof. Dr. Ing. Jana Kucerova
Department of Tourism and Hospitality
Faculty of Economics
Matej Bel University
Tajovskeho 10
974 00 Banska Bystrica
Slovakia

LAU TOURISM SCHOOL: “a part of the community through preparation of the Cittaslow Project”

ECOLE DE TOURISME LAU : intégrée dans la communauté grâce à la préparation du « projet Cittaslow »



Festival Stand in Lefke, promoting Cittaslow principles



A typical scene of Lefke

Nafiya Guden, Secretary General of Eurhodip and Senior Lecturer at European University of Lefke, Northern Cyprus.

Nafiya Guden, Secrétaire Générale d'Eurhodip et maître de conférences à l'Université Européenne de Lefke, Chypre du Nord.



Lefke is situated in the north-eastern part of the beautiful island of Cyprus. It is on the coast between the 'Dillirga' mountains and Mediterranean Sea. The Dillirga Mountain range is known for its clean spring drinking water and Lefke is home to many minerals, endemic flora and fauna and agricultural citrus, dates, walnuts and strawberries.

The concept of Slow City is being introduced to the region of Lefke with the help of the European University of Lefke (EUL) Tourism School Lecturers. Lefke is a corner of Cyprus that somehow has missed the fast growth of tourism going on in other parts of Cyprus. The slow growth of tourism and development in the destination of Lefke as a region is an opportunity for the development of the concept of *Slow City* which brings with it many benefits and advantages – not only for the sustainable development of the area and local community but also economical opportunity, for the area to prosper and sustain. Sustainable development, which includes economic, environmental, and socio-cultural sustainability, should be perceived as a pillar of the philosophy of *Slow Tourism*. *Slow City* is a movement that was founded in Italy in October 1999 (*Cittaslow* homepage, 2012) and is known as *Cittaslow* – the name therefore coming from the Italian word *Citta*, meaning City and slow from the English meaning. *Cittaslow's* goals include improving the quality of life in towns by slowing down their overall pace, especially in a city's use of spaces and the flow of life and traffic through them (Parkins & Craig 2006). *Cittaslow* is part of a cultural trend known as the Slow movement and an idea that was born with the *slow food* concept to sustain tradition and local culture (Yurtseven & Kaya 2011).

EUL Tourism lecturers have been promoting the benefits of the Cittaslow Project with the local community and have been actively involved in educating locals on how to sustain resources for future generations. Lecturers have attended schools, Civil Societies, Non Governmental Organisations and local seminars to share their knowledge. Committees have been set up at the university with specialists from the faculties and the community.

Lefke est situé dans le nord-est de la belle île de Chypre, sur la côte entre les montagnes Dillirga et la mer méditerranée. La chaîne des montagnes Dillirga est connue pour son eau de source potable et Lefke habrite de nombreux minéraux, une flore et une faune endémiques ainsi que des produits agricoles comme citronniers, dattiers, noisetiers et fraisiers.

Le concept de Slow City a été introduit dans la région de Lefke avec l'aide des professeurs de l'Ecole de tourisme de l'Université Européenne de Lefke (EUL). Lefke est un dans une partie de Chypre qui a quelque peu raté la croissance touristique rapide du reste de Chypre. La croissance lente du tourisme et du développement de la région de Lefke donne l'occasion de développer le concept de *Slow City* qui apporte de nombreux avantages, non seulement en termes de développement durable de la région et de la communauté locale mais également de développement économique qui permettra à la région de prospérer. Le développement durable, qui implique une durabilité économique, environnementale et socioculturelle, doit être considéré comme le pilier du concept de *Slow Tourisme*. *Slow City* est un mouvement qui a vu le jour en Italie en octobre 1999 (*Cittaslow* homepage, 2012) et qui est connu sous le nom de *Cittaslow* (*Citta* signifiant ville en italien). Le but de *Cittaslow* est d'améliorer la qualité de la vie dans les villes en ralentissant le rythme général, tout particulièrement dans l'utilisation des espaces et le flux de la circulation et des déplacements (Parkins & Craig, 2006). *Cittaslow* fait partie d'une tendance culturelle, le *Slow Mouvement*, développé à la suite du concept de *Slow Food* pour soutenir la culture locale et les traditions (Yurtseven & Kaya 2011).

Les enseignants d'EUL Tourisme ont vanté les mérites du projet Cittaslow auprès de la communauté locale et ont été activement impliqués dans l'information dispensée sur la façon de pérenniser les ressources pour les futures générations. Les professeurs ont assisté à des séminaires organisés par les écoles, les sociétés civiles, les ONG, les communautés locales afin de faire partager leur connaissances. Des comités ont été

Festivals that are held in the region throughout the year have now started to incorporate the *Cittaslow* principles and local businesses are following suit.

ADVANTAGES OF THE PROJECT....

The historic heritage from the Neolithic Period, Romans, Middle Age, Lusignans, Venetians, Ottomans and British colony in Lefke, can be restored and conserved through the *Cittaslow* project.

According to Douglas, Douglas and Derret (2001) special interest tourism, is an important contributor for today's tourism and demand for it continues to rise, with various reasons to include growth in the populations education level and therefore awareness to environmental issues and tourists desire to be more responsible in their travels. According to Wearing (2002 p,243), today's tourist is "searching for new and exciting forms of travel in defiance of a mass-produced product" - therefore we can already notice with these researches an opportunity of demand for such tourism potential in areas that apply the *Cittaslow* concept. Such initiative adds diversity to a country.

Probably the most important contribution for Lefke's environment and tourism is sustainability. Research carried out by Miele (2008) states that the criteria required to obtain certification from *Cittaslow*, is a possible way of making the area sustainable (such as Lefke).

Nilsson et al (2010) in their research of various case studies with in the *Cittaslow*, report on two principle points as an opportunity for these destinations to develop; (1) their network building and (2) develop the tourism product and to some degree improve the areas marketing strategy.

Cittaslow certification will contribute to the living standards of the local people and university students. Thus development of the area in a positive way, will contribute to Northern Cyprus's Tourism also.

It is important for Schools and Universities to be a part of the local community in order to sustain resources for future generations; EUL is taking an active role in this progression and feels proud to be setting an example in Higher Education for the students and local community.



Local community sell local produce

REFERENCES / RÉFÉRENCES

- Douglas., N., Douglas, N., & Derret, R. (Eds.) (2001). Special Interest Tourism. Melbourne, Australia: Wiley.
- Miele, M. (2008). CittaSlow: Producing Slowness against the Fast Life. Space and Polity, 12 (1),135-156.
- Parkins, Wendy; Craig, Geoffrey (2006). *Slow Living*. Berg. p. 79. ISBN 978-1-84520-160-9.
- United Nations World Tourism Organisation, 2012 unwto.org/ (Accessed 15th October 2013)
- Wearing., S. (2002). Re-centring the self in volunteer tourism. InG. Yurtseven, H.R & Kaya, O., (2011). Slow Tourists: A Comparative Research Based on *Cittaslow* Principles, American International Journal of Contemporary Research, Vol.1. No. 2, September 2011
- If you want to know more about the *Cittaslow* concept, you may visit:
Si vous souhaitez vous informer sur le concept *Cittaslow*, consulter :
www.cittaslow.org

créés à l'université par des spécialistes des facultés et de la communauté. Des festivals organisés dans la région tout au long de l'année ont commencé à appliquer les principes *Cittaslow* et les entreprises locales ont emboité le pas.

AVANTAGES DU PROJET...

L'héritage historique de la période néolithique, des romains, du Moyen-Age, des Lusignan, des Vénitiens, des Ottomans et de la colonie britannique de Lefke peut être restauré et conservé dans le cadre du projet *Cittaslow*.

Selon Douglas, Douglas & Derret (2001), le tourisme thématique contribue grandement au tourisme actuel et la demande pour ce type de tourisme ne cesse d'augmenter pour des raisons diverses dont l'amélioration du niveau d'éducation des populations, et par là même la prise de conscience des questions environnementales et le désir des touristes d'être plus responsables lors de leurs voyages. Selon Wearing (2002, p. 243), le touriste d'aujourd'hui « recherche des nouvelles formes de voyages, plus stimulantes, au mépris des produits de masse ». Nous pouvons donc déjà remarquer une demande pour ce potentiel touristique dans les régions qui appliquent le concept *Cittaslow*. Ce type d'initiative apporte de la diversité à un pays.

La contribution la plus importante pour l'environnement et le tourisme de Lefke est assurément la durabilité. Une recherche menée par Miele (2008) affirme que les critères exigés pour obtenir la certification de *Cittaslow* est une façon de rendre une région viable (comme Lefke).

Nilsson et al (2010), dans leur recherche sur plusieurs études de cas de *Cittaslow*, font émerger deux points importants qui représentent pour ces destinations une occasion de se développer : la constitution de leur réseau et le développement du produit touristique et, jusqu'à un certain point, l'amélioration de la stratégie marketing de la région.

La certification *Cittaslow* contribuera au niveau de vie de la population locale et des étudiants de l'université. Ainsi, le développement positif de la région contribuera également au développement du tourisme de Chypre du Nord.

Il est important que les écoles et universités soient partie prenante de la communauté locale afin de préserver les ressources pour les générations futures. EUL joue un rôle actif dans cette évolution et se sent fière de donner l'exemple dans l'enseignement supérieur aux étudiants et à la communauté locale.



EUL Tourism Department, University Lecturers teaching local students about sustainable tourism and the importance of adopting *Cittaslow* for the Lefke Region of North Cyprus

Vocational College for Catering and Tourism Maribor, the author of post-secondary study programme Wellness in Slovenia

Le VCCT Maribor, auteur du programme d'enseignement supérieur de Wellness en Slovénie : un exemple de transfert de programme réussi



An example of successful transfer of wellness training and education programme to Slovenia by VCCT Maribor.

Le Vocational College for Catering and Tourism Maribor, auteur du programme d'enseignement supérieur du bien-être en Slovénie : un exemple de transfert de programme Wellness réussi.

In Slovenia, wellness tourism has been present for over a decade and it is still developing. Natural therapeutic effects of thermal water, effects of sea and mountain climate are gifts that the Slovenian nature was generous with, and that became the basis for activity for 15 Slovenian natural spas, most of them located in the Styria region. After the 1990's, there has been a great turn from curative to preventive care, therefore the interest for wellness or well-being was highly increasing.

Professionals involved in the field of wellness tourism mostly did not have competences comparable to those of other countries, for example Austria, and this was the reason why Vocational College for Catering and Tourism Maribor applied for Leonardo da Vinci Transfer of Innovation Grant in 2008 (3-year long project WELLPRO). The general goal of WELLPRO project was to increase competitiveness of employees in wellness industry which would consequently influence the wellness offer in Slovenia and provide residents and tourists with a higher level of life quality.

The most important project result is definitely setting up connections between institutions and professionals from developed wellness destinations for the transfer and adjustment of knowledge and abilities to Slovenia, which will consequently influence the professional approach, emotional intelligence, motivation and personal growth of employees in wellness industry (in tourism, day spa's, health centres, fitness centres, beauty studios and similar services), residents and tourists.

The transfer of officially recognized German training programmes for wellness advisers and wellness trainers set the first foundations of wellness service standards in education and training system. All 15 managers of the leading Slovenian spa centres were involved in the project and started developing competences and completed the 4-month program of training. Lecturers were doing their training in Germany and Austria at wellness institutes.

We prepared an officially valid educational programme for individual wellness trainings. This was the first try of this kind in Slovenia that also introduced the new professional terminology for wellness purposes.

Bringing the new educational programme for the field of wellness to Slovenia definitely means an added value to the development of theory and contents from this area in the future. The results of the inquiry we had carried out showed that the tourist industry had a great need for officially educated staff, therefore the development of an independent publicly valid full-time educational programme for the Organiser of wellness activities was necessary.

En Slovénie, le tourisme du bien-être existe depuis une dizaine d'années et continue à se développer. Les bienfaits thérapeutiques des eaux thermales, de la mer et du climat montagneux sont des présents que la nature slovène offre en abondance. Ces atouts sont devenus le cœur des activités de 15 spas slovènes naturels situés dans la région de la Styrie pour la plupart. Après les années 90, un grand changement s'est produit et on est passé du soin curatif au soin préventif, depuis, l'attrait du bien-être n'a cessé de croître.

La plupart des professionnels du tourisme du bien-être n'avaient pas les compétences comparables à ceux d'autres pays comme par exemple l'Autriche, et c'est la raison pour laquelle le Vocational College for Catering and Tourism Maribor a posé sa candidature pour une subvention de transfert d'innovation dans le cadre du programme Leonardo da Vinci (projet WELLPRO sur trois années). L'objectif global du projet WELLPRO était d'améliorer la compétitivité des employés de l'industrie du bien-être, ce qui permettrait d'augmenter l'offre de bien-être en Slovénie et apporterait une meilleure qualité de vie aux résidents et aux touristes.

Le résultat le plus important de ce projet est d'avoir établi des liens entre les institutions et les professionnels de destinations où le bien-être est développé, avec pour objectif le transfert et l'adaptation des connaissances et des compétences en Slovénie. Ceci aura un effet certain sur l'approche professionnelle, l'intelligence émotionnelle, la motivation et le développement personnel des employés de l'industrie du bien-être (dans le tourisme, les spas à la journée, les centres médicaux, les centres de remise en forme, les instituts de beauté et autres services similaires), des résidents et des touristes.

Le transfert de programmes d'enseignement reconnus par les autorités allemandes destinés aux conseillers et aux formateurs en bien-être a permis d'établir les bases des normes du service de bien-être dans le système d'enseignement et de formation. Les 15 directeurs des centres de spas les plus importants en Slovénie ont été impliqués dans le projet et ont suivi le programme de formation de 4 mois. Les enseignants ont suivi leur formation en Allemagne et en Autriche dans des centres de bien-être.

Nous avons préparé un programme d'enseignement reconnu officiellement pour des formations individuelles au bien-être. C'était une première en Slovénie et une nouvelle terminologie professionnelle propre au bien-être a également été établie.

Introduire un nouveau programme d'enseignement dans le domaine du bien-être en Slovénie apporte une réelle valeur ajoutée au futur développement de contenus pratiques et théoriques dans

On the basis of our experiences from WELLPRO, the analyses of the inquiry and the competences the industry demanded, VCCT Maribor set the criteria and standards and prepared the curriculum for the new full-time study programme. The official public study programme Wellness was nationally confirmed in 2010, in academic year 2013/2014 Vocational College for Catering and Tourism enrolled the third generation of students. In the past years our Wellness programme (Velnes) has been very popular among young people. Every year about 250 students apply for the program, even though only 50 students are accepted in the programme.

VCCT Maribor also established the *International Institute for Development of Wellness* in 2012, which encourages public discussions on the topic of wellness. In the first year, we organized a wellness panel discussion on the topic of competences to include in the study programme, in the following year discussions focused on the usage of the correct Slovenian wellness terms, in the third year the discussion was mostly dealing with the added value of the first graduates of Wellness programme for the industry.

For further information, you may visit the school website:
www.vsgt-mb.si/

ce domaine. Les résultats de l'enquête que nous avons menée montrent que l'industrie du tourisme avait vraiment besoins de personnel ayant une formation officiellement reconnue, et qu'un programme d'enseignement à plein temps reconnu par l'état était nécessaire pour les organisateurs d'activités de bien-être.

A partir de nos expériences de WELLPRO, des analyses de l'enquête, et des compétences requises par l'industrie, le VCCT Maribor a établi des critères et des normes et a préparé le contenu du nouveau programme d'enseignement à plein temps. Le programme officiel d'enseignement du bien-être a été confirmé au niveau national en 2010, et le VCCT a inscrit la troisième promotion d'étudiants pour l'année 2013/2014. Le programme bien-être (Velnes) est très populaire parmi les jeunes. Chaque année, environ 250 étudiants s'inscrivent à ce programme bien que seulement 50 étudiants soient acceptés.

VCCT Maribor a également créé *l'Institut international pour le développement du bien-être* en 2012 qui favorise le débat public sur le thème du bien-être. La première année, nous avons organisé une table ronde sur le thème des compétences devant être incluses dans le programme d'enseignement, l'année suivante les débats portaient sur l'utilisation des termes adéquats du bien-être en Slovène, la troisième année les débats portaient essentiellement sur la valeur ajoutée que les premiers diplômés du programme de bien-être représentent pour l'industrie.



WHO IS THE WAITER? QUI EST LE SERVEUR ?



Who is the waiter? How do you become a waiter?

Which is the best way to succeed?

Could a restaurant go on without this figure?

These are just some of the questions that were recently contributing to the discussion among experts who are trying to "heal" and restore health to this figure, that has now been ill for too long.

Qui est le serveur? Comment devient-on serveur?

Quelle est la meilleure voie pour réussir?

Un restaurant pourrait-il fonctionner sans ce personnage ?

Ce sont là quelques-unes des questions qui ont récemment alimenté une discussion parmi les experts qui essayent de revaloriser ce personnage qui souffre d'une image négative depuis trop longtemps.

By Giuseppe SCHIPANO, Director of Scuola Alberghiera e di Ristorazione di Serrapazzoni And a member of Eurhodip board of directors

Par Giuseppe SCHIPANO, Directeur de la Scuola Alberghiera e di Ristorazione di Serramazzoni et membre du conseil d'administration d'Eurhodip

Some argue that restaurant service professionalism is succumbing, dominated by the eagerness of the chef (who could present their own creation better than they do?). Others, instead, emphasize the importance of maintaining the distinction between the two figures that must necessarily complement each other, even if with different skills and attitudes. I believe that the evolution of the sector, in terms of customer needs, requires a real "revolution" of the core competencies of those who want to undertake this difficult job.

The most important action is renewing training programs by encouraging the constant updating and extending contents to transversal disciplines such as communication and relational attitude. In addition to this, we must stress the importance of training and strategy, because nothing can be improvised.

Talking with my students, I often use the metaphor of the football match, by repeating them that the match is not played and won in 90 minutes, but during the days (sometimes months) of athletic training.

The "good waiter" today is discreet, quiet, intuitive, flexible ... he is invisible. And I wonder who has never been bothered by a nagging presence, even during an extremely efficient service? I could endlessly talk about the reasons that justify the need of "restyling" this figure, if necessary changing also the name if this could be useful to restore social dignity, wherever this job is likely to be considered humble.

At the same time, I will always encourage restaurant vocational education providers to make students, including "frightening" and provoking students, understand that the road is uphill, but that every effort will be widely repaid by the gratification that only passion and commitment can generate.

Certains prétendent que le professionnalisme des métiers du service en restauration est en train de reculer, dominé qu'il est par l'impatience du chef (qui, mieux que quiconque, peut présenter sa propre création ?). D'autres, au contraire, soulignent l'importance de maintenir la distinction entre les deux figures qui doivent forcément se compléter, bien qu'ayant des compétences et comportements différents. Je pense que l'évolution du secteur, en ce qui concerne les besoins du consommateur, exige une véritable « révolution » des compétences de base de ceux qui veulent se lancer dans ce métier difficile.

L'action la plus importante est le renouvellement des programmes de formation par la réactualisation et l'élargissement du contenu à des disciplines transversales comme la communication et le comportement relationnel.

De plus, il faut souligner l'importance de la formation et de la stratégie car rien ne peut être improvisé.

Lorsque je parle à mes étudiants, j'utilise souvent la métaphore du match de foot, et je leur répète que le match ne se joue pas et ne se gagne pas en 90 minutes, mais pendant les jours (parfois les mois) de l'entraînement sportif.

Aujourd'hui, le « bon serveur » est discret, calme, intuitif, flexible ... il est invisible. Et je me demande si quelqu'un n'a jamais été agacé par une présence gênante, même lors d'un service très efficace ? Je suis intarissable sur la nécessité de « donner un nouveau style » à cette figure, voire même d'en changer le nom si cela peut contribuer à restaurer une certaine dignité, alors même que ce métier est susceptible d'être considéré comme humble.

En même temps, j'encouragerai toujours l'enseignement professionnel de la restauration, même auprès d'étudiants difficiles et provocateurs, afin de leur faire comprendre que la route est longue, mais que tous les efforts seront largement récompensés par la satisfaction que seules peuvent générer la passion et l'engagement.





COOKING AND NUTRITION: A NECESSARY COMBINATION

CUISINE ET NUTRITION : UN DUO INDISPENSABLE

By **Javier García Pereda**, Department of Nutrition and Food Technology
Hotel and Catering School of Seville

Par **Javier García Pereda**, Département de nutrition et de technologie alimentaire
Ecole d'hôtellerie et de restauration de Séville



Eating well is one of the most reliable ways to protect and improve human health. However, achieving this goal can be sometimes very difficult if you don't know the fundamentals to accomplish this balance.

To have a correct diet we should make sure that it contains sufficient and adequate amounts of energy and all nutrients to meet the needs and maintain health.

A healthy diet shouldn't rely on mathematical calculations of calories and nutrients only, it should be transformed into dishes, menus and furthermore into gastronomy, because if the diet isn't "palatable" we will never be able to consume it in a proper way.

Fortunately or unfortunately, nowadays there is huge nutritional information available to the students of hospitality schools. It is very easy to access to them through diverse channels (television, Internet, magazines, etc...). This should be considered as positive, but sometimes we receive excessive, confusing and even contradictory information about healthy diet.

Given this, it is essential that Hotel and Catering Schools promote nutrition education from a very practical perspective. It is undeniable that nutrition science should be based on theoretical and scientific

Bien manger est l'une des façons les plus sûres de protéger et d'améliorer sa santé. Néanmoins, il est parfois difficile d'y parvenir si l'on ne connaît pas les bases pour atteindre cet équilibre.

Pour avoir un bon régime alimentaire, il faut s'assurer qu'il apporte une quantité d'énergie suffisante et adéquate et contient tous les nutriments indispensables pour maintenir une bonne santé.

Une alimentation saine ne doit pas seulement s'en tenir à des calculs mathématiques de calories et de nutriments, elle doit s'exprimer dans les plats, les menus et la gastronomie, car si un régime n'est pas agréable au goût, nous ne pourrons jamais le suivre correctement.

Heureusement et malheureusement, il existe aujourd'hui une très abondante information nutritionnelle accessible aux étudiants des écoles hôtelières. Il est très facile d'y avoir accès par différents moyens (télévision, Internet, magazines, etc...). C'est le point positif, mais quelquefois l'information dont nous disposons concernant une alimentation saine peut être excessive, déroutante et même contradictoire.

Ceci étant dit, il est essentiel que les écoles d'hôtellerie et de restauration favorisent l'enseignement de la diététique d'un point de vue très pratique. Il est indéniable que cette science doit s'appuyer

knowledge, although we mustn't forget culinary practice, the real driving force to convey the concepts of gastronomic food to people.

Future culinary chefs shouldn't only be master in culinary techniques applied to food, proper handling and desired doneness, they should also be experts in knowing how these foods should be combined to obtain desirable, attractive and at the same time healthy menus.

Besides, we cannot forget the fact that a large proportion of people have diseases which are related more or less directly with food. Allergies and food intolerances create barriers between food and the people concerned. The barriers that could be easily overthrown by well-trained cooks, as in the case of celiac disease and permanent intolerance to gluten, where a little imagination and a minimum of good practice in the kitchen could solve the problem of gluten "contamination" in the kitchen.

On the other hand, the diseases associated with overeating such as obesity, hypertension, diabetes, could be solved with a balanced and moderate diet, starting from the different menus served in restaurants.

Therefore, introducing specific training on nutrition and diet therapy in hotel and catering schools is an action that should be seen as a way to improve the nutritional health of the European population.

The chef with a good training and training practice in food sciences has a major role to play in a society in which everyday nutrition is increasingly presented as the best medicine to get a better quality of life.

To conclude this small article I would like to remind the wise words of Dr. Grande Covián, the father of nutrition in Spain:

«There is only one possible way to feed oneself, but thousands ways to eat».

sur un savoir théorique et scientifique, mais nous ne devons pas négliger la pratique culinaire, qui joue un rôle moteur dans la transmission des concepts d'alimentation gastronomique auprès du public.

Les futurs chefs ne doivent pas seulement être maître des techniques culinaires appliquées à la nourriture, au bon conditionnement et à la cuisson désirée, ils doivent également savoir comment ces aliments peuvent être combinés pour obtenir des menus qui soient à la fois sains, attrayants et alléchants.

Nous ne pouvons oublier qu'un grand nombre de personnes ont des maladies qui ont un lien plus ou moins directe à l'alimentation. Les allergies et les intolérances alimentaires créent une barrière entre la nourriture et les personnes qui en souffrent. Ces barrières pourraient être aisément dépassées grâce à des chefs bien formés, comme dans le cas de la maladie coeliaque et de l'intolérance permanente au gluten, où un peu d'imagination et un minimum de bonne pratique pourraient résoudre le problème du gluten dans la cuisine.

D'autre part, les maladies liées à une suralimentation comme l'obésité, l'hypertension et le diabète pourraient être résolues avec une alimentation équilibrée et modérée, en commençant par les menus servis par les restaurants.

C'est ainsi que l'introduction d'une formation spécifique en nutrition et régime thérapeutique dans les écoles d'hôtellerie et de restauration est une action qui devrait être considérée comme un moyen d'améliorer la santé alimentaire des populations européennes.

Le chef ayant une bonne formation et une bonne pratique en matière de diététique est l'élément fondamental d'une société dans laquelle l'alimentation de tous les jours est présentée de plus en plus comme le meilleur remède permettant d'améliorer la qualité de la vie.

Pour conclure cet article, je voudrais rappeler les paroles du Dr Grande Covià, le père de la diététique en Espagne :

«Il n'y a qu'une façon de se nourrir mais mille façons de s'alimenter».



REFERENCES:

- Astiasarán I., Martínez J.A. 1999 Alimentos.: Composición y Propiedades. Mc Graw-Hill, S.A.U.
- Kuklinski, C. 2003 Nutrición y bromatología. Ediciones Omega, S.A.
- Mataix Verdu J. 1995. Nutrición para educadores.
- M.J. 1998 Nutrición para maestros. Universidad de Córdoba.
- Moreno, R. 2000. Nutrición y Dietética para tecnólogos de alimentos. Diaz de Santos, S.A. Madrid

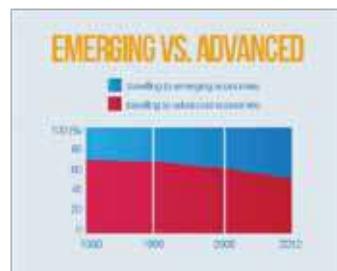
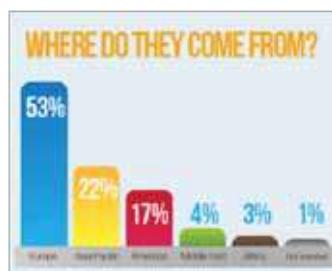
POTENTIAL DEVELOPMENT OF TOURISM IN KAZAKHSTAN

LE POTENTIEL DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DU KAZAKHSTAN

Kazakhstan Government seeks to transform their country into an attractive tourism destination. The country's authorities consider tourism to be one of the most important industries for the development of Kazakhstan economy. World Tourism Organisation, October, 2013 have already announced that demand for international tourism remained strong throughout the first eight months of 2013. The number of international tourists (overnight visitors) worldwide grew by 5%, driven by strong results in Europe, Asia and the Pacific and the Middle East. UNWTO's panel of experts confirm this positive trend and a significant improvement in confidence while prospects for the last four months of 2013 remain upbeat as well.

The first eight months of the year saw a record 747 million international tourist arrivals (overnight visitors) worldwide in absolute terms, which is 38 million more than the same period of 2012. As Europe is known to be the World's largest tourism destination region with many comparatively mature destinations, this 5% growth rate is very promising. Asia and the Pacific also increased arrivals by 6% and added some 10 million arrivals.

In 2012, a record one billion tourists crossed international borders in a single year. In addition, five to six billion are estimated to travel in their own countries every year. The growth of the tourist industry is irreversible, and according to the UNWTO the total number of international tourists visiting is expected to be 1.6 trillion by 2020. The tourism industry contributes to 9% GDP (direct, indirect and induced) and one in eleven jobs relate to tourism sector.



Source: UNWTO, 2012

Kazakhstan enjoys a unique position between Europe and Asia to greatly benefit from this trend of increased international tourists as demonstrated by UNWTO statistics related to Europe and Asia.

THE GROWTH OF TOURISM IN KAZAKHSTAN

Most of the foreign tourists who come to Kazakhstan from the former USSR Republics come from Russia, and the majority of them are looking for active holidays rather than the beach. They want to go fishing, hiking on mountain trails and mountaineering. In the next five years the flow of tourists into the republic is expected to more than double, and departments for tourism will be established

By Shyam Patiar, Doctor, Great Britain and Zholdasbekov Abdimanap, Doctor of pedagogic scientist, professor, M. Auezov South Kazakhstan State University*

Par Shyam Patiar, Doctor, Great Britain and Zholdasbekov Abdimanap, Doctor of pedagogic scientist, professor, M. Auezov South Kazakhstan State University*



Le gouvernement du Kazakhstan cherche à transformer le pays en une destination touristique attrayante. Les autorités considèrent le tourisme comme l'une des plus importantes industries du développement de l'économie Kazakh. En octobre 2013, l'Organisation Mondiale du Tourisme annonçait déjà qu'en matière de tourisme international, la demande était restée forte pendant les huit premiers mois de l'année. Le nombre de touristes internationaux (séjours d'une nuit) dans le monde a augmenté de 5%, avec des bons résultats en Europe, Asie, Pacifique et Moyen Orient. Un panel d'experts de l'OMT confirme cette tendance positive et une amélioration significative alors que les perspectives pour les quatre derniers mois de 2013 restent également optimistes.

Les premiers huit mois de l'année ont connu un record de 747 millions d'arrivées de touristes internationaux (séjour d'une nuit) au niveau mondial en termes absolus, ce qui représente 38 millions de plus qu'à la même époque en 2012. Etant donné que l'Europe passe pour être la destination touristique la plus visitée du monde, cette augmentation de 5% est très prometteuse. L'Asie et le Pacifique ont également vu leurs arrivées augmenter de 6% ce qui équivaut à 10 millions d'entrées supplémentaires.

En 2012, un record d'un milliard de touristes a traversé les frontières internationales en une seule année. De plus, on estime qu'entre 5 et 6 millions de personnes voyagent dans leur pays chaque année. L'essor de l'industrie du tourisme est irréversible, et selon les chiffres de l'OMT le total des touristes internationaux devrait être de 1,6 trillions d'ici 2020. L'industrie touristique contribue pour 9% du PNB (direct, indirect et induit) et un emploi sur 11 est lié au secteur du tourisme.

Le Kazakhstan jouit d'une position unique entre l'Europe et l'Asie et profite ainsi de cette tendance à la hausse démontrée par les statistiques de l'OMT concernant l'Europe et l'Asie.

CROISSANCE DU TOURISME AU KAZAKHSTAN

La plupart des touristes des anciennes républiques soviétiques qui viennent au Kazakhstan arrivent de Russie, et la plupart d'entre eux recherchent des vacances actives plutôt que les plages. Ils veulent aller pêcher, faire des randonnées pédestres en montagne ou de l'alpinisme. On prévoit que le flux des touristes venant au Kazakhstan double dans les cinq années à venir, et des offices du tourisme vont

in every region. Four areas in Kazakhstan have been earmarked for tourist development so far: the Mangystau province (the Kenderly Resort), Eastern Kazakhstan, Almaty and its ski resorts, and the Shchuchinsk – Borovoe resort area.

In South Kazakhstan province, the authorities are planning to turn the city of Turkestan into a true oasis. There are more than 700 pilgrims visit the city every year and there is a potential for more. All large social projects in Turkestan are currently focussed on furthering the development of tourism in the region. A tourist centre for 200 visitors is under construction near the mausoleum of Khoja Akhmed Yassawi; a project to build a tramline has been launched and an historic and cultural ethnographic centre with many interesting exhibits has been opened. Plans for the future include opening a museum at Azret-Sultan and three more information centres, including one at Sauran.

There is also an excursion by bus offering the sightseeing tour of 'Taraz – Oasis on the Silk Way' is now operating in the largest and most ancient city in the Jambyl province in Kazakhstan. Minivans decorated in an Eastern style take tourists to historical and architectural monuments in the city. During the tour one can see the mausoleums of Tekturmas, Karakhan, Aisha-Bibi, Babadsha-Hatun and the Caravanserai of Totkul.

HOSTING OF IMPORTANT GLOBAL EVENTS

In December; 2010, Astana hosted the OSCE summit. In January and February; 2011, the winter Asian Games were held in Astana and Almaty. These international events attracted a large number of international visitors. It is more than likely that coverage in the international media will increase the country's profile. Moreover, Kazakhstan has won the bid to host Expo 2017 in Astana on the topic of "Energy for Future". The country should take full advantage of this opportunity to promote tourism in Kazakhstan.

The United Arab Emirates is going to provide assistance in developing tourism in Kazakhstan. Investors from Dubai are very interested in the development of the tourist resorts of Borovoe as well as in the Almaty district and Southern Kazakhstan. Kazakhstan is famous for its beautiful landscapes and ancient civilisations, making it attractive to potential investors. Arab businessmen are interested in the construction of spa resorts in picturesque regions in the countryside, the development of ski resorts and the establishment of businesses to collect spring water from the mountains.

"While global economic growth is in low gear, international tourism continues to produce above average results in most world regions, offering vital opportunities for employment and local economies," said UNWTO Secretary-General, Taleb Rifai at the Opening of the European Tourism Forum in Vilnius. *"This is particularly important for Europe, where unemployment is a major concern in many destinations and where the tourism sector has been a source of job growth in the last decade. Furthermore, through its value chain, tourism creates businesses and jobs in many other sectors and produces significant export revenues which contribute favourably to the balance of payments in many countries,"* he added.

Glossary / Glossaire

OSCE: Organisation for Security and co-operation in Europe

UNWTO: United National World Tourism Organisation

References / Références

World Tourism Barometer, Volume 11. Published by UNWTO, October; 2013

Travel and Tourism in Kazakhstan. Published by Euromonitor, March; 2011

Air Astana in-flight Magazine. June; 2013

ainsi être installés dans toutes les régions. Pour l'instant, quatre régions du Kazakhstan ont été désignées pour le développement du tourisme : la province du Mangystau (Kenderly Resort), l'est du Kazakhstan, Almaty et ses stations de ski, et le Shchuchinsk, avec la station Borovoe.

Dans la province du sud du Kazakhstan, les pouvoirs publics prévoient de transformer la ville de Turkestan en une véritable oasis. Plus de 700 pèlerins visitent la ville chaque année et la ville peut en accueillir beaucoup plus. Tous les grands projets sociaux de Turkestan sont actuellement ciblés sur le développement du tourisme dans la région. Un centre touristique pouvant accueillir 200 visiteurs est en construction près du mausolée de Khja Akhmed Yassawi, un projet de construction d'une ligne de tramway a été lancé, et un centre ethnographique, historique et culturel a été ouvert proposant de nombreuses expositions intéressantes. Les futurs projets comprennent un musée à Azret-Sultan et trois centres d'information supplémentaires sont prévus, dont un à Sauran. Il existe aussi une excursion en bus qui propose un tour de « Taraz – Oasis sur la Route de la Soie » et qui fonctionne actuellement dans la plus grande et la plus ancienne ville de la province de Jambyl. Des minibus décorés dans le style oriental font visiter les monuments historiques et architecturaux de la ville aux touristes. Pendant l'excursion on peut voir les mausolées de Tekturmas, Karakhan, Aish-Bibi, Babadsha-Hatun et le caravanserail de Totkul.

HÉBERGEMENT D'ÉVÉNEMENTS INTERNATIONAUX IMPORTANTS

En décembre 2010, Astana accueillait le sommet de l'OSCE. En janvier et février 2011, les jeux olympiques d'hiver se sont tenus à Astana et Almaty. Ces événements internationaux ont attiré un grand nombre de visiteurs internationaux. Il est plus que probable que la couverture médiatique internationale augmente la visibilité du pays. De plus, le Kazakhstan a remporté l'appel d'offre pour accueillir l'exposition 2017 à Astana sur le thème de l'« Energie du Futur ». Le pays devrait profiter de cette occasion pour promouvoir le tourisme au Kazakhstan.

Les Emirats Arabes Unis vont fournir l'assistance au développement du tourisme au Kazakhstan. Des investisseurs de Dubaï s'intéressent de près au développement des stations touristiques de Borovoe et de la région d'Almaty au sud du Kazakhstan. Le Kazakhstan est célèbre pour la beauté de ses paysages et ses civilisations antiques qui le rendent attractifs pour des investisseurs potentiels. Les hommes d'affaires des pays arabes s'intéressent à la construction de stations thermales dans les régions pittoresques de la campagne, le développement de stations de ski et l'implantation d'entreprises pour collecter l'eau de source des montagnes.

« Alors que la croissance économique est au plus bas, le tourisme international continue à produire des résultats supérieurs à la moyenne dans la plupart des régions du monde, offrant des opportunités vitales pour l'emploi et les économies locales », a dit le Secrétaire Général de l'OMT, Taleb Rifai lors de l'ouverture du Forum Européen du Tourisme à Vilnius. *« C'est tout particulièrement important pour l'Europe, où le chômage est un souci majeur dans de nombreuses destinations et où le tourisme a créé des emplois durant cette dernière décennie. De plus, à travers sa chaîne de valeur, le tourisme crée des entreprises et des emplois dans de nombreux autres secteurs et produit d'importantes recettes d'exportation qui contribuent à la balance des paiements dans de nombreux pays »,* a-t-il ajouté.

*One of the NINE Kazakhstani universities included on the list of the 800 best universities of the world, produced by the British agency Quacquarelli Symonds (QS)

(One of the NINE Kazakhstani universities included on the list of the 800 best universities of the world, produced by the British agency Quacquarelli Symonds (QS))



Melanie Smith

Dr Melanie Smith is an Associate Professor at the BKF University of Applied Sciences in Budapest. She is co-author of the book *Health, Tourism and Hospitality: Wellness, Spa and Medical Travel* (2013) with Dr László Puczkó.

She has worked for over ten years on health and wellness tourism, including research, consultancy, lecturing and the publication of several journal articles and book chapters. She has been an invited Keynote Speaker at many international Health and Wellness Conferences around the world.

Dr Melanie Smith est maître de conférence à l'Université de Sciences Appliquées de Budapest BKF. Elle est co-auteur avec Dr László Puczkó de l'ouvrage "Health, Tourism and Hospitality: Wellness, Spa and Medical Travel (2013)" (Santé, tourisme et hôtellerie : bien-être, spa et voyage pour soins médicaux).

Elle a travaillé pendant plus de dix ans sur le tourisme de la santé et du bien-être dans son activité de recherche, de conseil, d'enseignement et de publication de plusieurs articles dans des revues spécialisées et de chapitres de livres. Elle est intervenant principal dans de nombreux congrès internationaux sur la santé et le bien-être.

WELLNESS: a modern world for an ancient philosophy

BIEN-ÊTRE : une philosophie ancienne pour un monde moderne

The newest trends in wellness are based on a sense of place, culture and tradition. This can also include natural resources, but not many destinations are lucky enough to have a Blue Lagoon or a Dead Sea which are unique in the world. So the way in which destinations use their local natural resources and landscape in healing must be quite creative. Even if thermal healing waters are the main attraction, for example, there may be considerable competition from other destinations. These need to be coupled with creative products and packages using unusual treatments, activities and experiences. These should focus on balancing body, mind and spirit. Wellness consumers are becoming more sophisticated, especially younger generations who understand that a healthier lifestyle can lead to active ageing and longevity. When this generation is 65, it is unlikely that they will still be sitting in thermal medical waters as the main source of healing.

It is not enough for spas to offer the same products all around the world. For example, it makes no sense to come to Slovenia for a Thai massage! On the other hand, it is nice for local people and the leisure market to have access to exotic wellness activities such as Thai massage or Ayurveda, but those destinations which want to attract foreign tourists increasingly need to think about identifying and promoting what is unique not only to their country, but to their region or locality as well. This could relate to the natural landscape if it has specific features, such as lakes, caves and mountains. This needs to be supported by some 'evidence-based' research which means that scientific data is collected about the health-giving properties of the mountain air or water quality. If there are thermal waters which claim to have healing properties, then this needs to be proved medically before they can be promoted. Botanique Spa in Brazil claims to be the first purely Brazilian spa and has researched its wellness products thoroughly. It is also sustainable as local materials were used in construction, all food is from the region and local people are employed. Cultural activities include reading Brazilian literature and doing Capoeira.

Les dernières tendances en matière de bien-être s'appuient sur une notion de lieu, de culture et de tradition. On peut également inclure les ressources naturelles, mais peu de destinations ont la chance de pouvoir offrir un Lagon Bleu ou une Mer Morte qui sont uniques au monde. Aussi, la manière dont les destinations utilisent leurs ressources naturelles locales et leurs paysages pour le soin doit être vraiment créative. Même si les eaux thermales sont l'attraction principale, par exemple, il peut exister une concurrence importante avec d'autres destinations. Elles doivent donc être couplées à des produits créatifs et des formules faisant appel à des traitements, des activités et des expériences originales, et pourraient avoir pour objectif l'équilibre entre corps, cerveau et esprit. Les consommateurs de bien-être sont de plus en plus sophistiqués, surtout les jeunes générations qui ont compris qu'un mode de vie plus sain peut contribuer à un prolongement de la vie active et accroître la longévité. Lorsque cette génération aura 65 ans, il est peu probable qu'ils restent assis dans les eaux thermales thérapeutiques et considèrent que c'est l'unique source de soin.

"It is not enough for spas to offer the same products all around the world. For example, it makes no sense to come to Slovenia for a Thai massage!"

"Il ne suffit pas que les spas offrent les mêmes produits dans le monde entier. Par exemple, venir en Slovénie pour un massage Thai n'a aucun sens !"

Il ne suffit pas que les spas offrent les mêmes produits dans le monde entier. Par exemple, venir en Slovénie pour un massage Thai n'a aucun sens ! Néanmoins, la population locale et le marché du loisir doivent avoir accès à des activités de bien-être exotiques comme le massage Thai ou l'Ayurveda, mais les destinations qui veulent attirer une clientèle étrangère doivent réfléchir à identifier et promouvoir ce qui est unique et spécifique non seulement à leur pays, mais également à leur région et leur localité. Ce peut être le paysage naturel si celui-ci présente des caractéristiques spécifiques telles que lacs, grottes et montagnes. Ceci doit être étayé par une recherche documentée, ce qui implique de collecter des données scientifiques sur les propriétés sanitaires de l'air de la montagne ou de la qualité de l'eau. Si des eaux thermales sont sensées avoir des propriétés médicinales, ceci doit être prouvé médicalement avant de pouvoir en faire la promotion. Botanique Spa au Brésil prétend être le premier spa purement

Consumers are becoming more and more interested in local cuisine and wine. However, even if a destination can offer tasty local specialities, there needs to be a recognition that wellness consumers often want vegetarian and low fat options, maybe anti-allergenic or low sugar foods. It is not enough to offer 'slow', sustainable or organic local foods if they are laden with fats, salt and sugar by the time they reach the table, however tasty they are. Perhaps traditional cooking methods can be adapted to suit the modern tastes and palate, explaining to visitors how they have been changed but without compromising on taste. Chiva Som spa in Thailand manages this wonderfully well, for example.

Going back to the roots of ancient traditions of a location can be an excellent selling point. In Central and Eastern Europe, this might be based on the thermal tradition such as sitting in healing waters. However, this could be combined with a myth or legend - a story about the water which makes it memorable to visitors. There may be some local herbs or flowers which can be used to create a massage or a bath oil. Local people may have their own healing techniques or remedies which they have used for generations. These could be offered to visitors (perhaps with the caution that they are only locally believed to work if there is no medical evidence).



Local wines might be used for vinotherapy or guests may even bathe in local beer (a new trend in the Czech Republic). The destination could take ancient traditions which are not from the region such as yoga or meditation but place them in a local landscape, such as mountain meditation or beach yoga. This creates a relaxing and memorable experience. There are increasing reports about Nature Deficit Disorder and the fact that people do not spend enough time outdoors and enjoying recreation in green spaces. There may be fitness activities which are specific to an area. At one time, Nordic Walking was mainly done in Scandinavia, but now it is globalised. Slovenian folk

brésilien et a mené des recherches approfondies sur les produits de bien-être. Le spa est également écologique puisque des matériaux locaux ont été utilisés pour la construction, toute la nourriture vient de la région et la population locale est embauchée. Les activités culturelles proposent la lecture de littérature brésilienne et l'apprentissage de la Capoeira.

Les consommateurs s'intéressent de plus en plus à la cuisine locale et au vin. Cependant, même si la destination peut offrir des spécialités locales savoureuses, il faut reconnaître que les consommateurs de bien-être veulent souvent des menus végétariens et pauvres en graisse, voire des aliments non-allergènes ou à faible teneur en sucre. Il ne suffit pas d'offrir une cuisine « slow », locale, biologique ou responsable, si elle est riche en grasse, en sel ou en sucre lorsqu'elle arrive sur la table, si savoureuse soit-elle. Les méthodes de préparation traditionnelles peuvent éventuellement être adaptées aux goûts et aux palais modernes, en expliquant aux visiteurs comment elles ont été transformées sans faire de compromis sur le goût. Par exemple, Chiva Som spa en Thaïlande gère cela merveilleusement bien.

Retourner aux sources des traditions anciennes d'un lieu peut constituer un excellent point de départ. En Europe centrale et dans l'est de l'Europe, on peut partir de la tradition thermale comme par exemple se baigner dans des eaux aux vertus thérapeutiques. Néanmoins, on peut également combiner cela avec un mythe ou une légende (une histoire sur l'eau qui la rend inoubliable aux visiteurs). On peut utiliser des herbes ou des fleurs locales pour créer une huile de massage ou de bain. Il se peut que la population locale ait ses propres techniques de soin ou de remèdes utilisés depuis des générations. On pourrait en faire profiter les visiteurs (en soulignant toutefois par précaution que leur efficacité est une croyance locale s'il n'existe pas de preuve médicale). On peut utiliser les vins locaux pour la vinotherapie, et les clients peuvent même prendre un bain de bière locale (une nouvelle tendance en République Tchèque). On peut aussi prendre des traditions anciennes qui ne sont pas de la région, comme le yoga ou la méditation, et les proposer dans un paysage local comme par exemple la méditation en montagne ou le yoga à la plage. Ceci crée une expérience relaxante et mémorable. Les rapports sur les troubles comportementaux liés au manque de contact avec la nature sont de plus en plus nombreux ainsi que le fait que les gens ne passent pas assez de temps dehors et profitent de loisirs dans des espaces verts. On peut aussi proposer des activités de fitness qui sont spécifiques à la région. A une époque, la marche nordique était essentiellement pratiquée en Scandinavie, maintenant elle s'est mondialisée. La danse folklorique slovène n'est peut-être pas une activité typique du bien-être mais c'est local, culturel et amusant à apprendre.

Les étudiants peuvent être formés à être créatifs et innovants dans leur façon de penser en matière de développement et de gestion de spa et de bien-être.



dancing is perhaps not a typical wellness-inducing activity but it is local, cultural and fun to learn!

Students can be trained to be creative and innovative in their thinking in the context of spa and wellness development and management. They need to understand what makes a destination sustainable (e.g. using local materials, labour, foods and being environmentally friendly). Research should be encouraged on the health-giving benefits of local traditions, remedies, herbs, water, climate, etc. It is important to create holistic experiences which are appealing, comfortable and memorable from beginning to end. Service training is essential so that students know how to deliver the best local hospitality possible but also to understand that international guests may have different needs to Slovenian or local ones. Some visitors like the comfort of recognising certain treatments on a spa menu like Swedish massage and aromatherapy, but they may also feel adventurous enough to try a signature treatment involving local rituals. This needs to be gently encouraged.

The Back to the Roots Conference was excellent in the sense that it focused both on ancient traditions and their application to modern living, including debates about sustainability and recognising the changing trends towards preventative lifestyle-based wellness. At the Conference it was wonderful how the delegates could sample local food and drink products, try cosmetics, enjoy hand massages and admire Slovenian crafts during the breaks. They experienced Slovenian wines and folk dancing during the dinner. The food tours around the town were also a highlight. This already gave a unique and memorable cultural flavour to the whole Conference. If such an experience could be repeated in the wellness sector, this would already be the beginning of an excellent product or package which is unique to Maribor and provides some of the best that Slovenia has to offer.

For further information on wellness and spa tourism, you may visit:

Pour plus d'informations sur le tourisme du bien-être et des spas, vous pouvez consulter :

Ils doivent comprendre ce qui rend une destination durable (par exemple, l'utilisation de matériaux, d'emplois, de produits alimentaires locaux et écologiques). Il faut encourager la recherche sur les bienfaits, en termes de santé, des traditions locales, remèdes, herbes, eau, climat, etc. Il est important de créer des expériences holistiques qui soient attrayantes, confortables et inoubliables du début à la fin. La formation au service est essentielle pour que les étudiants sachent comment offrir le meilleur accueil local possible mais comprennent aussi que les clients internationaux peuvent avoir des besoins différents de ceux des Slovènes ou des populations locales. Certains

visiteurs apprécieront le confort de reconnaître certains traitements dans une offre de spa comme le massage suédois et l'aromathérapie, mais ils peuvent aussi être plus aventuriers pour essayer un soin « signature » impliquant des rituels locaux. Il faut encourager cela.

La conférence BACK TO THE ROOTS était excellente car elle a mis l'accent à la fois sur les traditions anciennes et sur leur application au mode de vie moderne”

“The Back to the Roots Conference was excellent in the sense that it focused both on ancient traditions and their application to modern living”

“La conférence Back to the Roots était excellente car elle a mis l'accent à la fois sur les traditions anciennes et sur leur application au mode de vie moderne”

mode de vie moderne, avec des débats sur l'écologie et la reconnaissance de l'évolution des tendances vers un bien-être préventif faisant partie du mode de vie. Pendant la conférence, il était très intéressant de voir comment les participants pouvaient goûter les produits locaux et les boissons locales, essayer des produits de beauté, se faire plaisir avec un massage des mains et admirer l'artisanat slovène pendant les pauses. Ils ont essayé les vins slovènes et la danse folklorique pendant le dîner. Le circuit gastronomique organisé autour de la ville était également très réussi. Ceci a donné une saveur culturelle unique et mémorable à toute la conférence. Si cette expérience pouvait être appliquée au secteur du bien-être, ce serait le début d'un excellent produit propre à Maribor proposant le meilleur de ce que la Slovénie peut offrir.

<http://theturismobservatory.org>
www.globalspaandwellnesssummit.org/
<http://giftsofhealth.org/>

20th EURHODIP CONFERENCE

MARIBOR 2013

Maribor, the European Capital of Culture 2012 and the European Capital of Youth 2013, hosted the 20th Eurhodip conference offering its rich wine culture, the old city's cultural, historical and natural pearls and its culinary heritage - a touch of the past in a contemporary sustainable environment.

Maribor, capitale européenne 2012 et capitale européenne de la jeunesse 2013, accueillait la 20^e conférence Eurhodip offrant une culture du vin très riche, les joyaux culturels, historiques et naturels de la vieille ville ainsi que son patrimoine culinaire – une touche de passé dans un environnement contemporain durable.



BACK TO THE ROOTS

This year conference addressed an evolving notion of heritage, not only through the aspect of the past but more so through its potential in the hospitality and tourism industry of the future.

Back to the Roots is more than just a product description or a product attribute. It is a philosophy of delivering and experiencing hospitality and tourism that can benefit hosts, guest and the environment.

Cette année, la conférence traitait de la notion d'héritage, non seulement en considérant le passé mais surtout en évaluant son potentiel dans l'industrie du tourisme et de l'hôtellerie du futur.

Back to the Roots (le retour aux racines) est beaucoup plus qu'un produit. C'est une philosophie de l'hôtellerie et du tourisme qui doit profiter aux hôteliers, aux clients et à l'environnement.



OFFICIAL OPENING OF THE CONFERENCE

OUVERTURE OFFICIELLE DE LA CONFERENCE

The opening ceremony was led by:

- **Helena Cviki, Msc – Director of the Vocational College for Catering & Tourism Maribor in Slovenia – Vice President of Eurhodip**
- **Marjan Hribar, MSc – Director General at the Ministry of the Economic Development and Technology of Slovenia**
- **Matija Vilfan - Acting Director General of the EU Cohesion Policy Directorate at the Ministry of Economic Development and Technology (MEDT) of Slovenia**
- **Drs Cees van der Klip – President of Eurhodip**

La cérémonie d'ouverture réunissait:

- **Helena Cviki, Msc – Directrice du Vocational College for Catering & Tourism Maribor en Slovénie – Vice Présidente d'Eurhodip**
- **Marjan Hribar, MSc – Directeur Général au Ministère slovène du développement économique et de la technologie**
- **Matija Vilfan – Directeur Général par interim de la Direction de la cohésion de la politique européenne au Ministère slovène du développement économique et de la technologie**
- **Drs Cees van der Klip – Président d'Eurhodip**



C. van der Klip, H. Cviki, M. Hribar and M. Vilfan



Helena Cviki reminded that “*Culture is the characteristics of a particular group of people, defined by everything from language, religion, cuisine, social habits, music and arts (from LiveScience 2012)*”.

Culture has always been the core of tourism demand but globalization has made authenticity, tradition and customs valued tourism attributes. Authenticity and heritage deserve academic and professional attention in the hospitality industry. This is why the EURHODIP conference focussed this year on 3 key issues: theoretical concepts of heritage and its role in the hospitality industry, academic perspectives - challenges of connecting heritage with stories, and finally cases of good practices related to “back to the roots” stories.

Through the title “Back to the roots”, this year conference doesn’t only explore our roots in terms of existence, but also in terms of our knowledge, culture, beliefs, behaviour and other elements, necessary for the further development of high-quality tourism and catering offer of the future.

Helena Cviki a rappelé que la « culture est l’ensemble des caractéristiques d’un groupe spécifique de personnes, définie par de nombreux éléments allant de la langue à la religion, la cuisine, les coutumes, la musique et l’art (de LiveScience 2012) ».

La culture a toujours été le cœur de la demande touristique mais la mondialisation a fait de l’authenticité, la tradition et les coutumes des attributs importants du tourisme. L’authenticité et le patrimoine méritent toute l’attention des enseignants et des professionnels de l’industrie du tourisme et de l’hôtellerie. C’est pourquoi, la conférence EURHODIP portait cette année sur 3 questions clé : les concepts théoriques du patrimoine et son rôle dans l’industrie du tourisme et de l’hôtellerie, d’un point de vue académique, les défis que représente la nécessité de relier le patrimoine à des histoires, et enfin les cas de bonnes pratiques en matière de « retour aux sources ». Avec le thème du « retour aux sources », la conférence de cette année n’explorait pas seulement nos racines en termes de vécu, mais également à travers notre savoir, notre culture, nos croyances, nos comportements et autres éléments nécessaires au développement d’une offre de tourisme et de restauration de grande qualité dans le futur.



Cees van der Klip, the president of Eurhodip, thanked the director of the Vocational College for Catering and Tourism Maribor for offering a well-prepared and perfectly organized conference in a timeframe of financial shortage due to the crisis European countries are going through.

Eurhodip approach must be clear: in order to stay competitive in a fast-changing world and to prepare tomorrow’s society, it is absolutely necessary to invest in people and especially in young people - in their skills, their ability to adapt to changes, and their capacity to innovate.

The president reminded that it is more than ever necessary to rethink the role and value of hospitality and tourism education in our societies and economies.

Promoting education, research and innovation and building Europe’s future on the basis of high-level, modern and wide-ranging education and training will continue to be the top priorities of Eurhodip in the years to come.

Cees van der Klip, le président d’Eurhodip, a remercié la directrice du Vocational College for Catering and Tourism Maribor pour cette conférence très bien préparée et parfaitement organisée bien qu’à une période de difficultés financières dues à la crise que traversent les pays européens.

La démarche d’Eurhodip doit être claire : afin de rester compétitif dans un monde qui change très vite et de préparer la société de demain, il est absolument nécessaire d’investir dans le capital humain et tout particulièrement dans les compétences, la capacité à s’adapter aux changements, et la capacité à innover des jeunes.

Le président a rappelé qu’il est plus que jamais nécessaire de repenser le rôle et la valeur de l’enseignement de l’hôtellerie et du tourisme dans nos sociétés et nos économies.

Promouvoir l’enseignement, la recherche et l’innovation et construire le futur de l’Europe sur la base d’un enseignement et d’une formation moderne, variée et de haut niveau resteront les priorités d’Eurhodip dans les années à venir.

TOPICS & SPEAKERS

LES THEMES ET LES CONFERENCIEERS

This year's conference addressed an evolving notion of heritage, not only through the aspect of the past but more so through its potential in the hospitality and tourism industry of the future.

BACK TO THE ROOTS is a philosophy of delivering and experiencing hospitality and tourism that can benefit hosts, guests and the environment. A quick scan of the market shows that the popularity of product tags such as "old, heritage, authentic, traditional, etc." is growing. However BACK TO THE ROOTS is more than just a wishful idea or an advertising tag as the three working sessions attempted to show.

Cette année, la conférence abordait la notion en constante évolution de patrimoine, pas seulement sous l'angle historique mais plutôt par rapport à son potentiel pour l'avenir de l'industrie du tourisme et de l'hôtellerie.

BACK TO THE ROOTS est une conception du tourisme et de l'hôtellerie qui peut profiter aux hôteliers, aux clients et à l'environnement. Un rapide tour d'horizon du marché montre la popularité croissante des produits étiquetés « ancien, patrimoine, authentique, traditionnel, etc.. ». Néanmoins, BACK TO THE ROOTS est plus qu'un concept idéaliste ou un slogan publicitaire comme les trois séances de travail ont essayé de démontrer pendant cette conférence.

ASPECTS AND VALUES OF "BACK TO THE ROOTS" FORMES ET VALEURS DE "BACK TO THE ROOTS"

Holistic meaning of the notions of "past" and "heritage" in contemporary hospitality and tourism. Discussion on the potential of heritage: broader social values, environmental protection and preservation, awareness of history and authenticity as a competitive advantage on a global market.

Approche globale des notions de « passé » et d'« héritage » dans l'hôtellerie et le tourisme contemporains. Débats sur le potentiel du patrimoine : valeurs sociales plus vastes, protection et conservation de l'environnement, reconnaissance de l'histoire et de l'authenticité, un atout sur le marché mondial.

Professor Janez Bogataj

PhD in Ethnological Sciences - Honorary professor of the Department of Ethnology and Cultural Anthropology at the Faculty of Arts, University of Ljubljana. Author of many books, papers, articles, reviews and lectures. A specialist in Slovenian cuisine and gastronomy, arts and crafts, tourism, the culture of business relations and corporate gifts, national brands, cultural heritage and its relations to modern society.



Professor Janez Bogataj

Titulaire d'un doctorat en ethnologie, professeur honoraire au département d'ethnologie et d'anthropologie de la Faculté des arts à l'université de Ljubljana. Auteur de nombreux livres, articles, revues et cours ; spécialiste de la cuisine et de la gastronomie slovènes, des arts et de l'artisanat, du tourisme, des relations d'affaires et cadeaux d'entreprises, des marques nationales, du patrimoine culturel et de ses rapports à la société moderne.

TASTE SLOVENIA

The culinary and gastronomic image of modern Slovenia is founded on the cultural and historical conjunction of the European Alpine, Mediterranean and Pannonian lowland worlds. This resulted in specific cultural forms and lifestyles. Many new foods were introduced in the period of Austro-Hungarian Monarchy. During the French occupation at the late 18th century the first cookbook in Slovenian language was published. New food processes appeared after 1918 and 1945 with the introduction of Balkan dishes, and the pizza culture came in the 1960s. The process of discovering our own culinary and gastronomic heritage dates back into the 1980s, bringing about the protection of geographical origin of food specialties and dishes. In 2006 Slovenia produced "The Gastronomic Strategy of Slovenia". Historical developments resulted in a rich and colourful selection of local culinary manifestations.

GOÛTER LA SLOVÉNIE

L'image culinaire et gastronomique de la Slovénie moderne est fondée sur la conjonction culturelle et historique des mondes européens alpin, méditerranéen et des plaines de Pannonie, produisant des formes culturelles et des modes de vie spécifiques. De nombreux plats ont été introduits pendant la monarchie austro-hongroise. L'occupation française de la fin du 18e siècle a vu la publication du premier livre de recettes en langue slovène. De nouvelles méthodes de transformation des aliments sont apparues après 1918 et 1945 avec l'introduction de plats des Balkans, et la pizza a été introduite dans les années 60. Le processus de découverte de notre patrimoine culinaire et gastronomique date des années 80 et a eu pour conséquence la protection de l'origine géographique des spécialités et des plats. En 2006, la Slovénie a publié la «Stratégie gastronomique de la Slovénie». Les événements historiques ont donné naissance à une sélection riche et colorée de manifestations culinaires locales.

Dr Ian S. McIntosh

Director of International Partnerships at IUPUI (Indiana University Purdue University Indianapolis) and Faculty member in the Department of Anthropology. Associate Director of the Confucius Institute in Indianapolis and a Rotary World Peace Fellow in 2010 based in Chulalongkorn University, Thailand. Managing Director of the global indigenous rights group, Cultural Survival Inc. from 1997-2002. Current area of research: impact of globalization on sacred travel and pilgrimage.



Dr Ian S. McIntosh

DIRECTEUR DES PARTENARIATS INTERNATIONAUX À IUPUI (Indiana University Purdue University Indianapolis) ET PROFESSEUR AU DÉPARTEMENT D'ANTHROPOLOGIE. DIRECTEUR ADJOINT DU CONFUCIUS INSTITUTE À INDIANAPOLIS ET ROTARY WORLD PEACE FELLOW EN 2010 À CHULALONGKORN UNIVERSITY, EN THAÏLANDE. DIRECTEUR GÉNÉRAL DU GROUPE MONDIAL DES DROITS DES INDIGÈNES, CULTURAL SURVIVAL INC. DE 1997 À 2002. DOMAINES DE RECHERCHE ACTUEL : L'IMPACT DE LA GLOBALISATION SUR LES VOYAGES DANS LES LIEUX SACRÉS ET LES PÉLERINAGES.

THE ECONOMICS OF PILGRIMAGE IN 'BACK TO ROOTS' TOURISM

Pilgrimage is one of the most ancient practices of humankind and it is associated with a great variety of religious and spiritual traditions. Its practice lies at the heart of 'back to roots' tourism. More than 140 million people embark on the major 32 traditional pilgrimages in Saudi Arabia, India, Japan, Spain, France, and so on, and numbers are increasing. Global pilgrimage tourism encompasses a multitude of businesses from tour operators and shrine administrators to roadside souvenir stalls, restaurants, pilgrims' hostels and related infrastructure projects. This generates at least \$8 billion a year for these shrine-centered economies and provides employment for hundreds of thousands of people. According to UNWTO, religious tourism is the fastest growing part of the travel business.

PELERINAGES ET TOURISME « BACK TO ROOTS »

Le pèlerinage est parmi les pratiques les plus anciennes de l'humanité, il est lié à une grande variété de traditions spirituelles et religieuses. Le pèlerinage est au cœur du tourisme « retour aux sources ». Plus de 140 millions de personnes participent aux 32 plus grands pèlerinages traditionnels en Arabie Saoudite, en Inde, au Japon, en Espagne et en France, et ce chiffre progresse. Le tourisme mondial du pèlerinage englobe une multitude d'entreprises allant du tour opérateur à l'administrateur de lieux saints, au stand de souvenirs sur le bord de la route, restaurants, auberges de pèlerins et projets d'infrastructure qui y sont liés. Ceci génère au moins 8 milliards de dollars par an pour ces pays et donne un emploi à des centaines de milliers de personnes. Selon l'OMT, le tourisme religieux est le secteur de l'industrie du voyage connaissant la plus forte croissance.

2 BRIDGING HERITAGE AND THE CONTEMPORARY HOSPITALITY AND TOURISM INDUSTRY**PATRIMOINE ET INDUSTRIE CONTEMPORAINE DU TOURISME ET DE L'HOTELLERIE**

Challenges of heritage preservation and its implications for building a competitive advantage on the hospitality and tourism market. Bridging the past with the contemporary hospitality and tourism industry.

Les défis qu'implique la préservation du patrimoine et sa conversion en un avantage compétitif sur le marché du tourisme et de l'hôtellerie. Comment relier le passé à l'industrie contemporaine du tourisme et de l'hôtellerie.

Peter Vesenjak

Peter Vesenjak presented his topic while the guests were in his hotel Mitra in Ptuj. He has 26 years of intensive experience in the tourism sector, management, consulting, operations and investment development in public and private sector, mostly in tourism and tourism related projects. His key qualifications include strategic planning, development and management of operations of tourist companies, destinations, regions, countries and composed tourist products, investments and real estate projects in tourism as well as international acquisition and raising of equity and debt capital for tourism and tourism related investment projects. He has also worked as a State secretary for tourism in the Government of Slovenia.

**Peter Vesenjak**

L'intervention de Peter Vesenjak a eu lieu dans son hôtel, l'hôtel Mitra à Ptuj, où les participants étaient invités à une dégustation de vin. Il a une expérience de 26 ans dans le secteur du tourisme (direction, conseil, développement d'opérations et d'investissements dans le secteur public et privé). Il est très qualifié en matière de planning stratégique, développement et gestion d'opérations d'entreprises de tourisme, de destinations, régions et pays, développement de produits touristiques, d'investissements et de projets immobiliers touristiques ainsi que dans l'acquisition et la levée de capitaux propres et capitaux d'emprunt pour le tourisme et les projets d'investissement liés au tourisme. Il a également travaillé au Ministère du tourisme de Slovénie.

Mojca Polak

Mentor and lecturer at VCCT Maribor, she is a member of numerous competition committees at national and international competitions, a writer of a popular book about cheeses and a certified wellness consultant. As one of the authors of national strategy for Slovenian enogastronomy development, she focuses on research and promotion of national gastronomy. She has her own show on Radio Maribor once a week and writes articles for popular Slovenian magazines. She actively participated at numerous national and international conferences.

**Mojca Polak**

Tuteur et enseignante au VCCT Maribor, elle est membre de nombreux jurys de concours nationaux et internationaux, auteur d'un livre sur les fromages et consultante agréée en matière de bien-être. Ayant participé à l'élaboration de la stratégie de développement de l'oenologie et de la gastronomie slovènes, elle s'intéresse à la recherche et la promotion de la gastronomie nationale. Elle réalise sa propre émission sur Radio Maribor une fois par semaine et écrit des articles pour des magazines slovènes. Elle participe à de nombreuses conférences nationales et internationales.

CURRICULUMS WITH THE TOUCH OF THE PAST: CAN WE DO IT?

Implementing local food tradition in national tourism industry is one of the main priorities of catering education. The main characteristics of traditional cuisine are local and seasonal products and sophisticated menu planning with the twist of creativity. So-called adventure cuisine has its specifics and principles that can be adapted from Slovenian national cuisine. Local quality products must therefore be consistently included in the modified local recipes. Besides, the design of a complete gastronomic offer must also include Slovenian ethnographic origins. The presentation showed the fundaments of national cuisine used as a starting point, and explained the basics of implementing modified traditional cuisine in the curriculum and its transformation for adventure cuisine.

UNE TOUCHE DE PASSÉ DANS LES PROGRAMMES D'ÉTUDES: EST-CE POSSIBLE ?

Introduire la tradition culinaire locale dans l'industrie du tourisme nationale est l'une des priorités de l'enseignement de la restauration. Les principales caractéristiques de la cuisine traditionnelle sont les produits locaux et saisonniers et la composition de menus sophistiqués avec une touche de créativité. La cuisine dite « aventure » a ses spécialités et ses principes qui peuvent être empruntés de la cuisine nationale slovène et adaptés. Les recettes locales modifiées doivent donc toujours comporter des produits locaux de qualité. De plus, la conception d'une offre gastronomique complète doit également s'appuyer sur des origines ethnographiques slovènes. L'intervention présentait les fondamentaux de la cuisine nationale utilisés comme point de départ, et expliquait comment introduire la cuisine traditionnelle modifiée dans le programme d'études et la transformer pour faire de la cuisine « aventure ».

Melanie Smith, PhD

Associate Professor and Researcher in Tourism at the Budapest Business School in Hungary
You will find a summary of her presentation on "Wellness: a modern world for an ancient philosophy" in the Special Report.

**Melanie Smith, PhD**

Associate Professor and Researcher in Tourism at the Budapest Business School in Hungary
You will find a summary of her presentation on "Wellness: a modern world for an ancient philosophy" in the Special Report.

3 TEACHINGS AND EXPERIENCES FROM THE INDUSTRY – case studies **ENSEIGNEMENTS ET EXPÉRIENCES PUISÉS DE L'INDUSTRIE – études de cas**

Successful cases of bridging the past and the contemporary techniques of building, developing, delivering and experiencing hospitality and tourism. Challenges of 'BACK TO THE ROOTS in the contemporary world of technology and customers' "lust" for the ultimate quality.
Combinaison réussie entre techniques anciennes et contemporaines de conception, développement et pratique du tourisme et de l'hôtellerie. Quels sont les défis que pose le « BACK TO THE ROOTS » dans un monde contemporain déterminé par la technologie et une clientèle obsédée par la qualité suprême.

Martin Jezeršek

CULINARY HERITAGE ON A CONTEMPORARY MENU

He represents the young generation of hospitality industry professionals, seeking for challenges and seeing opportunities everywhere they go. Martin showcased his entrepreneurial spirit early in his career when he turned a student project into a governmental strategy. In 2008, he participated in the Marianne Müller Award in Morocco, and initiated "Gostilna Slovenija". Martin tried to connect "traditional menu with modern trends". He took a young and fresh approach to the way traditional industry should and could manage business, products and guest relations. He studied at Ecole Hôtelière de Lausanne and worked for international companies in the UK and Switzerland. Recently, he took over the family company with ambitious, challenging and achievable objectives.



Martin Jezeršek

HÉRITAGE CULINAIRE DANS UN MENU CONTEMPORAIN

Il est représentatif de la jeune génération de l'industrie hôtelière qui est à la recherche de défis et repère des opportunités partout. Martin a très tôt démontré son esprit d'entreprise lorsqu'il a transformé un projet d'étudiant en une stratégie gouvernementale. En 2008, il a participé au Marianne Müller Award au Maroc, et lancé « Gostilna Slovenija », afin de relier « un menu traditionnel aux tendances contemporaines ». Il a porté un regard neuf sur l'industrie traditionnelle et la gestion d'un établissement, des produits et des relations clients. Il a fait ses études à l'Ecole Hôtelière de Lausanne et a travaillé pour plusieurs entreprises internationales au Royaume-Uni et en Suisse. Récemment, il a repris l'entreprise familiale et s'est fixé des objectifs ambitieux, exigeants et réalistes.

Adrian Barsby

He progressed through international companies to become General Manager through to working for individuals developing their companies to running his own consultancy company specializing in mentoring owners, senior managers and regional tourism development. He has an insight into successful partnerships between public and private sectors and has used broader industry models (Investors in People and EFQM) to drive quality standards within tourism destinations and individual enterprises.



Adrian Barsby

Il a évolué dans plusieurs entreprises internationales et a été successivement Directeur Général, conseiller auprès de particuliers souhaitant développer leur entreprise, et a créé sa propre société de conseil spécialisée dans l'accompagnement de cadres supérieurs et le développement du tourisme régional. Il sait dénicher les partenariats public/prive prometteurs, et il a utilisé des modèles industriels (Investors in People et EFQM) pour appliquer les normes de qualité aux destinations touristiques et aux entreprises individuelles.

BACK TO THE ROOTS

"Back to the Roots" implies a journey back in time to when hospitality began. Pilgrims were probably the initial market segment from which the current plethora of markets emanates. The human element of hospitality service is the foundation that remains constant.

Change in hospitality since the late 1970s has been dramatic, especially the measuring productivity metric emerging as an equal to customer satisfaction within many organizations. Electronic communication, the growth of regional airports and low cost airlines have led to the emergence of competing destinations. The last 10 years have seen a further explosion of technological change, creating highly mobile consumers who are influenced by peer reviews. Organizations that fail to recognize how the market has changed may flounder.

BACK TO THE ROOTS

BACK TO THE ROOTS implique un voyage dans le temps, au tout début de l'hôtellerie. Les pèlerins étaient certainement le premier segment de marché dont émane la pléthora de marchés actuels. L'élément humain de l'hôtellerie et du tourisme est donc une constante. Depuis les années 70, l'impact du changement dans l'hôtellerie a été spectaculaire, surtout en termes de mesure de la productivité dont les indicateurs sont devenus aussi importants que la satisfaction du client. La communication électronique, le développement des aéroports régionaux et les compagnies aériennes low cost ont favorisé l'émergence de destinations concurrentes. Ces 10 dernières années, d'autres changements technologiques ont engendré des consommateurs très mobiles et très influencés par les évaluations de leurs pairs. Les organisations qui n'ont pas pris conscience de cette évolution pourraient bien avoir des difficultés.

Dr Renata Karba,

Project manager at Umanotera, Slovenian Foundation for Sustainable Development since 2010, dealing with sustainable tourism, green offices and sustainable events. Within the network of NGOs for sustainable development Plan B for Slovenia, she is involved in developing national policies strategic documents, watch-dog activities and independent research. In 2011 she initiated an on-line community for active citizenship.



Dr Renata Karba,

Chef de projet à Umanotera (fondation slovène pour le développement durable) depuis 2010, elle s'intéresse au tourisme durable, bureaux écologiques et événements durables. Au sein du réseau d'ONG pour le développement durable appelé Plan B pour la Slovénie, elle est impliquée dans l'élaboration de politiques nationales et de documents stratégiques, dans des activités de veille et de recherche indépendante. En 2011, elle a lancé une communauté en ligne pour une citoyenneté active.

OLD WAYS – FRIENDLY WAYS: SOME EXAMPLES OF ENVIRONMENTALLY SOUND HOSPITALITY PRACTICES

In addition to the economic and financial crisis, the world is faced with environmental degradation, increasing prices and competition for food, energy sources, raw materials and water, and climate change. The hospitality industry is challenged to take its share of responsibility, as well as recognize its opportunities. Implementing traditional sustainable principles can create important synergistic effects: be friendly to natural environment and local community, create financial and energy savings, as well as impress on environmentally and socially responsible guests. Hospitality products and services with higher added value, creating quality new jobs and promoting innovative solutions arise from local human and natural resources. They integrate the principles which proved successful in the past and are increasingly relevant today.

MÉTHODES ANCIENNES ET ÉCOLOGIQUES : EXEMPLES DE PRATIQUES ÉCOLOGIQUES DANS L'HÔTELLEURIE ET LE TOURISME

En plus de la crise économique et financière, le monde est confronté à la dégradation de l'environnement, la hausse des prix et la concurrence pour la nourriture, les sources d'énergie, les matières premières et l'eau, ainsi qu'au changement climatique. L'industrie de l'hôtellerie et du tourisme doit prendre sa part de responsabilités tout en repérant les opportunités. La mise en œuvre de principes durables traditionnels peut engendrer des synergies intéressantes : respecter l'environnement naturel et la communauté locale, susciter des économies financières et énergétiques, avoir un impact sur des clients responsables socialement et respectueux de l'environnement. Les produits et services hôteliers et touristiques ayant une valeur ajoutée importante, la création de nouveaux emplois de qualité et la promotion de solutions innovantes sont possibles grâce aux ressources humaines et naturelles locales. Ils intègrent les principes qui se sont avérés bons par le passé et qui sont de plus en plus pertinents aujourd'hui.

POSTER SESSION / POSTER SESSION

Andrej Brglez

CEO of SKUPINA group Ltd., a company for intellectual services, consulting and publishing, a member of the board of directors of ISH - Faculty for postgraduate humanistic studies, a journalist and investigative reporter. He launched the idea of ecological travel with electric cars (CEO of Egozero Ltd.), he is an external researcher of the ICK (Institute for Civilization and Culture in Ljubljana). He is recognized as one of the leading experts on car and motorcycle traffic safety in Slovenia.



Andrej Brglez

PDG de Skupina group Ltd. (société de services intellectuels, conseil et édition), membre du conseil d'administration d'ISH, Faculté d'études supérieures en sciences humaines, journaliste et reporter d'investigation. Il a lancé l'idée de voyage écologique grâce à la voiture électrique (PDG de Egozero Ltd.), et est chercheur externe à l'ICK (Institut des civilisations et cultures) de Ljubljana. Il est l'un des meilleurs experts de la sécurité routière en Slovénie.

EGOZERO PROJECT

Egozero started as an idea ten years ago, when first electric models of renowned car brands were tested. The project brings new dimensions of electric car use, innovative travel technology and responsible and sustainable tourist experience. Egozero puts a different perspective on the use of electric cars and at the same time it brings a new highly sophisticated booking system. Trends in tourism are clear: people want to spend their free time actively, enjoy unspoiled nature, do sports, research culture, test locally grown food, wines, etc. Egozero surmounts today known obstacles of electric vehicles (small distance performance, long charging time etc.). By smart and efficient organization it opens its use to completely new horizons: travel.

PROJET EGOZERO

L'idée d'Egozero est née il y a 10 ans, lorsque les premiers modèles de voitures électriques étaient testés par les plus grandes marques de voitures. Le projet ouvre de nouvelles perspectives à la voiture électrique, il apporte une technologie innovante du voyage et une expérience touristique durable, ainsi qu'un nouveau système de réservation très sophistiqué. Les tendances du tourisme sont claires : les gens veulent passer leur temps libre de façon active, profiter d'une nature préservée, faire du sport, se cultiver, essayer des aliments et des vins issus de l'agriculture locale, etc.. Egozero surmonte l'obstacle des véhicules électriques aujourd'hui bien connus (courte distance, durée de recharge, ...). Avec une organisation efficace et astucieuse, Egozero ouvre la voie à de nouveaux horizons, le voyage.

Andreja Alic

Lecturer and study program coordinator at VCCT Maribor. She has been involved in tourism destination management and development of tourist offer of local and national heritage. For several years she has been the program coordinator of the International Carnival Festival Ptuj. The impact of her rich experiences can be seen at her lectures and in the field of project work at VCCT Maribor.



Andreja Alic

Enseignante et coordinatrice de programmes d'études au VCCT Maribor. Elle est impliquée dans la gestion de destination touristique et le développement de l'offre touristique du patrimoine local et national. Depuis plusieurs années, elle est coordinatrice de programme du Festival International de Ptuj. Ses cours et les projets qu'elle mène au VCCT Maribor reflètent la richesse de ses expériences.

STAGED CULTURE & TRADITION: THE CASE OF KURENTOVANJE

The Ptuj carnival, called Kurentovanje is the most prominent cultural and ethnographical event in Slovenia. Kurent wears sheep skin coat, huge bells, heavy boots, and a cap, and carries a wooden club in the left hand. Kurent's role has always been to drive away winter by jumping from side to side, ringing the bells and perform rituals; this is why it is said they have supernatural powers. The aim is to turn the festival into the largest ethno carnival in Europe. Since 1992 Ptuj has been a member of the Federation of European Carnival Cities (FECC). It has also been included in the programme of Maribor, European Capital of Culture 2012.

MISE EN SCÈNE DE LA CULTURE ET DE LA TRADITION : LE CAS DE KURENTOVANJE

Le carnaval de Ptuj, Kurentovanje, est l'événement culturel et ethnographique le plus connu en Slovénie. Le personnage de Kurent porte un manteau en peau de mouton, de grosses cloches, de lourdes bottes, un chapeau, et un bâton dans la main gauche. Le rôle de Kurent a toujours été de chasser l'hiver : il saute d'un côté et d'un autre, agite ses cloches et accomplit des rituels. C'est pourquoi on dit qu'il a des pouvoirs surnaturels. Le but est de faire de cet événement le plus grand festival ethnique d'Europe. Depuis 1992, Ptuj est membre de la Fédération des villes européennes de carnaval. Le carnaval fait également partie du programme de Maribor, Capitale européenne de la culture 2012.

Tomi Brezovec,

MSc in tourism management and marketing (University of Bournemouth, UK). Senior lecturer at the Faculty of Tourism Studies TURISTICA, University of Primorska, Slovenia. His research interests are in the field of tourism development: historical development of tourism, tourism impacts, hotel industry and tourism destination development. He is also collecting travel and tourism related items that are often shown at thematic exhibitions.



Tomi Brezovec,

Titulaire d'un Master en gestion et marketing du tourisme (Université de Bournemouth, RU). Maître de conférences à la Faculté d'études de tourisme TURISTICA, à l'Université de Primorska en Slovénie. Ses recherches portent sur le développement du tourisme : développement historique du tourisme, impacts du tourisme, développement de l'industrie hôtelière et du tourisme. Il collectionne également des objets liés au voyage et au tourisme qu'il présente lors d'expositions thématiques.

THE GRAND HOTEL PALACE AND TOURISM DEVELOPMENT OF PORTOROŽ, SLOVENIA

The Grand Hotel Palace opened in 1910. With its spa and sea-bathing facilities, it played a central role, conditioned the development of the place and stimulated other investments of public and private nature: sea shore developments, electrification, new tramway line, landing pier for passenger ships, as well as numerous smaller hotels and pensions. In the late 1960s, intensive hotel construction and the development of other lodging capacities responded to a fast growing demand. The Grand Hotel Palace was not able to compete due to the lack of available funds for renovation and it closed down in 1989. It reopened fully restored in 2008 regaining its status as the most prestigious hotel in Portorož.

LE GRAND HÔTEL PALACE ET LE DÉVELOPPEMENT DE PORTOROŽ EN SLOVÉNIE

L'hôtel a ouvert en 1910. Avec son spa et ses équipements pour les bains de mer, il a joué un rôle essentiel, conditionné le développement du lieu et stimulé d'autres investissements public et privés : aménagement du bord de mer, électrification, nouvelle ligne de tram, nouveau débarcadère, ainsi que de nombreux hôtels plus petits et auberges. A la fin des années 60, la construction intensive d'hôtels et l'extension de la capacité d'hébergement répondait à une demande en forte expansion. Le Grand Hotel Palace n'a pas pu soutenir la concurrence car les fonds disponibles pour sa rénovation n'étaient pas suffisants, et il a fermé en 1989. Il est à nouveau ouvert depuis 2008, complètement rénové, et a retrouvé son statut d'hôtel le plus prestigieux de Portorož.



Ice Breaker Party / Soirée d'accueil

The Vocational College for Catering and Tourism Maribor welcomed the conference participants on the terrace of Hotel City in Maribor. After a short introduction presenting the second largest city of Slovenia and the beauties of the country the guests enjoyed the culinary treats prepared by VCCT Maribor's students.

Le Vocational College for Catering and Tourism Maribor accueillait les participants sur la terrasse de l'Hotel City à Maribor. Après une brève présentation de la deuxième ville de Slovénie et des merveilles du pays, les invités ont pu apprécier les délices culinaires préparés par les étudiants de l'école.

HIGHLIGHTS

BACK TO THE ROOTS



A stop at hotel Mitra and wine tasting/ Dégustation de vin à l'hôtel Mitra

Right in the heart of Ptuj, the participants could rest and have a drink in the two-hundred-year-old Coffe House Kpertz of Hotel Mitra. The hotel story is centuries old, complicated and mysterious. They were invited to a wine tasting session of top quality Slovenian wines in the Osterberger's wine cellar and vinotheque of the story hotel.

Dans le centre de Ptuj, les participants pouvaient se reposer et boire un verre dans le café Kpertz de l'hôtel Mitra, vieux de plus de deux cents ans. L'hôtel a plusieurs siècles d'une histoire compliquée et mystérieuse. Une invitation à une dégustation de vins slovènes de grande qualité attendait les participants dans la cave Osterberger et la vinothèque de l'hôtel.

Visit to Ptuj / Visite de Ptuj

The guests enjoyed a trip to Ptuj, the oldest Slovenian city. Today Ptuj is an important economic center, a city of fairs, of excursions into unspoiled nature, a city with a rich culinary offer and many thermal springs. It is located in the centre of one of the most fabulous wine regions of Slovenia and the image of the city was shaped by rich wine traders and growers.

In the courtyard of the Ptuj castle, the participants were welcomed by "Kurent", the most famous traditional carnival figure in Slovenia, wearing a massive sheepskin garment and huge bells attached around the waist which noise is supposed to chase away winter... Kurent's real function!

Une visite de Ptuj, la plus ancienne ville slovène, était organisée. Aujourd'hui Ptuj est un centre économique important, une ville d'expositions, d'excursions dans une nature intacte, offrant un choix culinaire varié et de nombreuses sources thermales. Ptuj est située dans le centre d'une des plus fameuses régions viticoles de Slovénie ; son image s'est forgée grâce à de riches viticulteurs et négociants en vins.

Dans la cour du château de Ptuj, les participants étaient accueillis par « Kurent », le personnage de carnaval traditionnel le plus célèbre en Slovénie. Il porte un énorme manteau en peau de mouton et autour de sa taille de grosses cloches sont sensées chasser l'hiver... la fonction essentielle de Kurent.

Unforgettable evening in Dveri Pax Mansion Une soirée inoubliable au château Dveri Pax

The conference attendees enjoyed Friday evening in the courtyard of Jarenina Manor where they experienced several culinary, oenological, ethnological and music stimuli. Culinary delights, prepared by the students and their mentors, Mojca Polak and Lidija Šijanec, from the Vocational College for Catering and Tourism Maribor, were based on the lively tradition of the local environment of Štajerska region. Different sorts of cheese from Podpečan farm were served with freshly baked bread from the farmhouse stove. Guests were invited to try chicken, baked in clay together with traditional sauté potatoes. The cherry on top was certainly gibanica, a traditional cheese cake from Prlekija region, prepared by Firbas Tourist Farm.

The lovers of exquisite flavors were extremely pleased with the rich selection of wines from Dveri Pax, accompanying the lovely food. Guests also enjoyed live music performed by Trio Kranjc and danced in the evening lights. The group was joined by one of the best folklore dance groups in Slovenia, Iskraemeko. The atmosphere was wonderfully friendly and relaxed.

La soirée du vendredi était organisée dans la cour du Manoir De Jarenina où les participants à la conférence ont pu découvrir plusieurs spécialités culinaires, œnologiques, ethnologiques et musicales. Les mets préparés par les étudiants du VCCT Maribor et leurs professeurs, Mojca Polak and Lidija Šijanec, s'inspiraient des traditions locales de la région de Štajerska. De nombreux fromages de la ferme Podpečan ont été servis accompagnés de pain préparé et cuit dans le four de la ferme. Les participants étaient invités à goûter le poulet cuit dans l'argile avec les pommes de terre sautées traditionnelles. La cerise sur le gâteau : gibanica, un cheese cake traditionnel de la région Prlekja, préparé par la ferme touristique Firbas. Les amateurs de saveurs raffinées ont apprécié la riche sélection des vins de Dveri Pax qui accompagnaient les plats délicieux. Les participants ont également apprécié la musique du Trio Kranjc et ont même dansé dans les lumières de la nuit. La meilleure troupe de danse folklorique de Slovénie, Iskraemeko, a rejoint le trio. Le tout dans une atmosphère vraiment conviviale et décontractée.



Gala dinner / Dîner de gala

Before the gala dinner, the refreshing garden of Hotel Habakuk, situated in a beautiful natural setting beneath the wooded Pohorje plateau, hosted the guests who could relax with a glass of Champagne and admire the unique and spectacular performance of the Magic Theatre group "Serpentes". The group combines a rich synthesis of various dance, acrobatics, music, film, costumes and masks. Guests enjoyed a brilliant evening punctuated with music, comedians and dancers, all with a touch of magic. Of course, culinary heritage, creative use of local healthy ingredients and traditional Slovenian tastes and flavours were at the forefront.



Avant le dîner de gala, les participants étaient invités à prendre une coupe de champagne dans les jardins rafraîchissants de l'hôtel Habakuk situé dans un cadre naturel magnifique sous le plateau boisé Pohorje, et à admirer le spectacle unique du groupe Magic Theatre « Serpentes ». Le groupe associe une riche synthèse de différentes danses, acrobaties, musiques, films, costumes et masques.

Une magnifique soirée ponctuée de musique, animée par des comédiens et des danseurs avec une touche de magie, attendait les participants. Evidemment, l'utilisation créative d'ingrédients locaux et sains ainsi que les goûts et les saveurs traditionnels slovènes avaient la vedette.



Guided culinary tour along the streets of Maribor Promenade gastronomique dans les rues de Maribor

A very original way to learn the facts about the city main tourist attractions and discover the gastronomical diversity of the Styria region. On Saturday afternoon, the students and teachers of VCCT Maribor invited guests for a culinary journey through the city of Maribor. Starting from the Water Tower on the left bank of the Drava river with Styrian stew Pohorski pisker, buckwheat bread with walnuts and rhubarb compote, and of course the best Styrian wines. Guests were then expected in the Theatre Café, and tasted homemade yoghurt with sweet pesto, fruit drinks and seasonal fruit. The final culinary experience took place in the Old Vine House where the 400 years old "Stara trta", the oldest wine in the world Old Vine, grows along the Drava river. Cottage cheese Svaljki with poppy seeds and forest berries was served and various Slovenian home-made digestives tasted.

Une façon très originale d'explorer les attractions touristiques de la ville tout en découvrant la diversité gastronomique de la région de la Styrie. Le samedi après-midi, les étudiants et les enseignants du VCCT Maribor ont invité les participants à une excursion culinaire dans la ville de Maribor. En partant du château d'eau sur la rive gauche de la Drava avec le ragoût de Styrie Pohorski pisker, le pain au blé noir et aux noisettes et de la compote de rhubarbe, bien sûr accompagnés des meilleurs vins de Styrie. Les participants étaient ensuite attendus au Theatre Café pour déguster un yaourt fait maison avec un pesto sucré, des boissons aux fruits et des fruits de saison. La dernière expérience culinaire avait lieu dans la Maison de la Vieille Vigne contre laquelle pousse la Stara trta de 400 ans d'âge, la plus ancienne vigne du monde, sur les berges de la Drava. Du cottage cheese Svaljki aux graines de pavots et aux baies de forêts ainsi qu'une variété de sablés faits maison étaient servis.



S. Patiar, E. M. Ineson,
A. Barsby (UK)



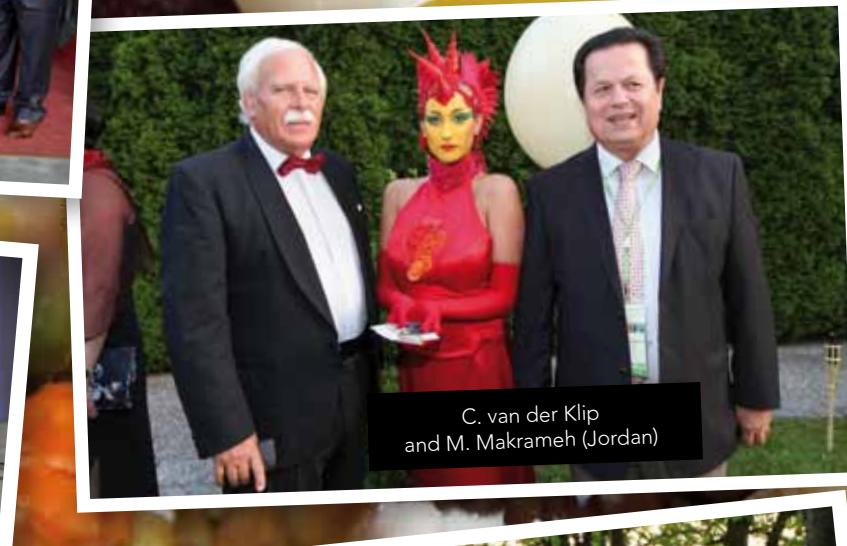
M. Hribar, H. Cviki (Slovenia), J. Tapies (France)



V. & D. Sebban (France),
H. Cviki (Slovenia)



Russian delegation, C. van der Klip
and R. Minasyan



C. van der Klip
and M. Makraneh (Jordan)



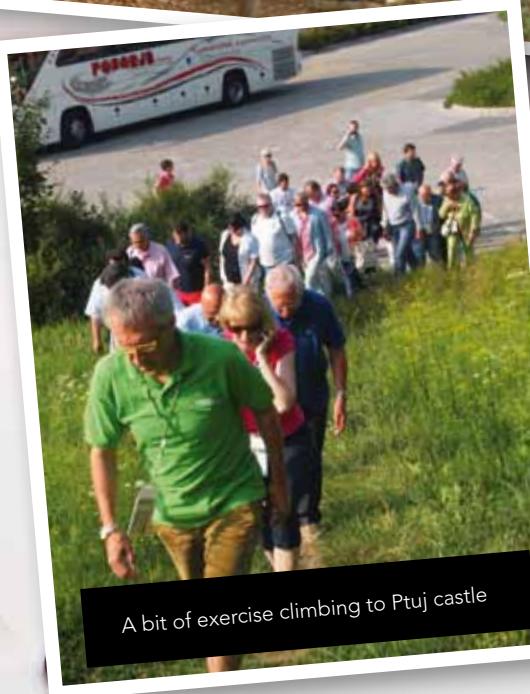
VCCT Staff



H. Cviki handing Eurhodip
cock to G. Buzinskas



A. & J. Sebban, M. Pouzet, K. & T. Benzazon
from France and H. Cviki





20th Eurhodip Conference
Maribor - Slovenia
July 2013





Utena•Vilnius•2014

21st EURHODIP CONFERENCE IN LITHUANIA



Niche Tourism and Education



www.eurhodip2014.eu

Niche tourism is a growing part of the tourism industry which has a challenge to increase number of consumers regardless of differences in language, culture, or traditions by developing innovations, reinforcing the quality of supply, improving professional skills of workers, attempting to overcome the seasonal nature of demand, diversifying the supply of services. Niche tourism is an innovative response to deeply rooted needs and desires of a clientele.

The schools providing education and training for the future specialists of tourism and hotel sector, have to take into account novelties in tourism industry and educate and train highly skilled and motivated specialists who are able to use new technologies, are aware of the new market expectations and also meet the requirements of the globalising labour market. High attention is going to be paid during the conference on education and training for tourism, hotel marketing, and competitiveness of graduates in the labour market, sharing of the best experience and practices.

PROVISIONAL PROGRAMME

Thursday July 3, 2014

Meeting of the Board of Directors
Arrival of Participants

Friday July 4, 2014

Official Opening of the Conference

Plenary Session

- EU Framework for Tourism Policy and its Practical Implementation
- Minimizing the Effort of Seasonality Using Niche Tourism Products
- Promoting the Development of Sustainable, Responsible and High Quality Niche Tourism
- Lithuania - the Country Where the World Amber Road Starts
- Medical Tourism

> Lunch

Session 1: Relevant Research, Methods and Education Concepts

- Marketing in the Hospitality Business and Education: Breaking the Barriers
- Tourism Education and the Labour Market: The Concept, Strategy and Competitive Advantage
- Study Quality Assurance in Hospitality and Tourism Education and Training

Session 2: Relevant Experience and Best Practices

- Application of Innovations in Niche Tourism
- Hospitality Industry Training Programmes for Academia
- Designing Unique Products for Unique Customers
- Geographical Mobility as an Education Tool for Innovation in Hospitality and Tourism
- Marketing Strategies for Student Recruitment

> Guided tours around the Old Town of Vilnius

> Dinner

Saturday July 5, 2014

- > Eurhodip General Assembly
- > Marianne Müller Award
- > Presentation of the Eurhodip Conference 2015
- > Gala Dinner and Eurhodip Award Ceremony

Sunday July 6, 2014

Post Conference Activities Available:

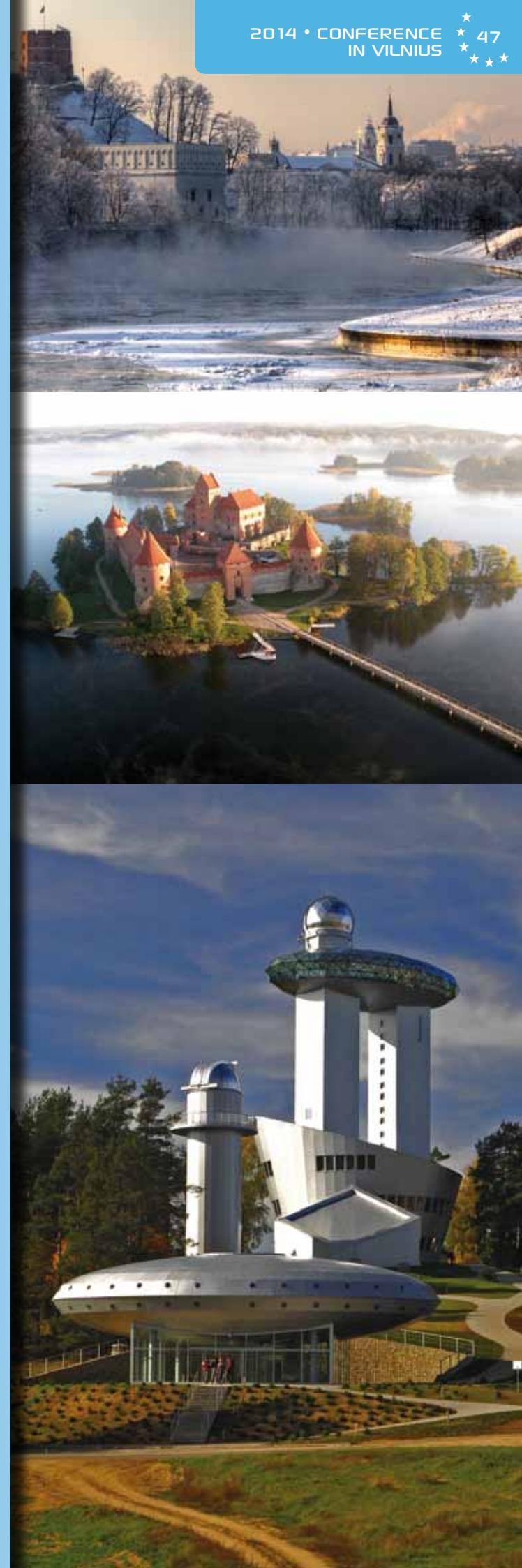
- > Visit of the Insular Castle of Trakai
- > Cognitive Programme: The History of Lithuanian Beer
- > Lunch in a Karaite Restaurant

Extra Activities Available:

- Flight in an Air Balloon over Vilnius
- Concert in the Park of the Hills
- SPA

Departure

If you feel to have experience and expertise under the topicality of the conference and would like to make a presentation, feel free to contact us: eurhodip2014@ukolegija.lt





Utena•Vilnius•2014

Try something new and alternative this year and come
to the 21st EURHODIP conference to Lithuania

“Niche Tourism & Education: Trends-Innovations-Future”

Organised by Utena University of Applied Sciences with more
than 20 years of experience in Tourism and Hotel Administration
education, and supported by EURHODIP association

3rd-6th July, 2014

Radisson Blu Hotel Lietuva, 20 Konstitucijos av.,
Vilnius, Lithuania

The date of the conference has been chosen to tune with
the Song Celebration 2014 “Here is my home!”
to be held in Vilnius 28 June – 6 July 2014 which is
in the UNESCO Representative List of the Intangible
Cultural Heritage of Humanity

eurhodip2014@ukolegija.lt • www.eurhodip2014.eu

