

MAGAZINE

Eurhodip

MAY
2018

www.eurhodip.com

EURHODIP NEWS

FOCUS

24th CONFERENCE 2017
IN SEVILLE

SPECIAL REPORT

FOCUS ON
EURHODIP
COMPETITIONS

HORIZONS

Pula &
Poreč

2018

25th EURHODIP CONFERENCE
IN CROATIA



THE LEADING HOTEL SCHOOLS IN EUROPE



D. Luis de Lezama
PRESIDENT
PRÉSIDENT

Edito

EURHODIP IN YOUR HANDS

You have in your hands not only the magazine but also our Association of Higher Schools and Universities that safeguard the European culture of Tourism and Gastronomy in the world.

An enthusiastic group that is giving life to this veteran Association created in Brussels in 1989, to which more than 100 institutions from 35 different countries belong to. We have inherited the fruits of labour from the rectors, directors, and professors throughout 30 years of experience shared at 24 annual International Congresses and gastronomic competitions.

We continue to create, every day with more associates, strength, voice, and vote in public and private societies that makes up the fastest emerging industry of our time.

Social entrepreneurs, teachers and students, colleagues, we need to combine experience with youth, science with "know-how", the ancestral knowledge of our respective countries with the skills and technologies of the digital generation.

Associations tend to generate abilities and cross borders, helping to carry out programs that go beyond the strengths or weaknesses of politics.

That is why we have started "doing" what words alone do not convince and routine meetings do not provoke.

The magazine is here! In your hands! It is global thinking. In your hands is our progress!

Thank you for reading! You can also write to us and communicate your initiatives.

I'm sure they will help us.

And if you do not belong to this young and dynamic EURHODIP, you are in time to sign up.

Luis de Lezama.
President.

luisdelezama@grupolezama.es

Luis de Lezama.
Président.

luisdelezama@grupolezama.es

EURHODIP DANS VOS MAINS

Vous tenez dans vos mains non seulement ce magazine mais aussi notre Association d'Écoles supérieures et d'Universités qui sauvegardent la culture européenne du Tourisme et de la Gastronomie dans le monde.

Un groupe enthousiaste qui donne vie à cette association vétérane créée à Bruxelles en 1989, qui compte plus d'une centaine d'institutions de 35 pays différents. Nous avons hérité du fruit du travail de recteurs, de directeurs et de professeurs pendant près de 30 ans d'expériences partagées en 24 Conférences Internationales et plus de 20 concours gastronomiques.

Nous créons encore, chaque jour avec plus de force et plus de membres, plus de voix et plus de poids dans la société publique et privée que suppose l'industrie la plus émergente de notre temps. Parcourir le témoin du passé et entrer dans l'ère de l'innovation requiert une grande attention et une vision qui va au-delà de nos frontières.

Entrepreneurs sociaux, professeurs et élèves, chers collègues, nous avons besoin de réunir l'expérience et la jeunesse, la science et le « savoir-faire », les connaissances ancestrales de nos pays respectifs, les habiletés et les technologies de la génération numérique.

Les associations ont tendance à générer des compétences et traversent les frontières en aidant à la réalisation de programmes qui vont bien au-delà des forces ou des faiblesses de la politique.

C'est pour cela que nous nous sommes mis à « faire » quand les mots n'arrivent pas à convaincre, « faire » ce que les réunions de routine ne provoquent pas.

Le magazine est là, dans vos mains! Dans la pensée globale. Notre progrès est entre vos mains!

Merci de nous lire. Vous pouvez aussi nous écrire et nous communiquer vos initiatives.

Je suis sûr qu'elles nous seront utiles.

Et si vous ne faites pas encore partie de cet EURHODIP jeune et dynamique, vous êtes à temps pour vous inscrire.



Content Sommaire



MAGAZINE EURHODIP

Publication:
Luis de LEZAMA

Rédaction:
Guilhaume GARCIA

Maquette:
Gráficas Guión

Impression:
Gráficas Guión

Crédits Photos:
Groupe Vatel, Turismo de Sevilla,
Membres et Partenaires Eurhodip,
CC pictures

EURHODIP

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



Contact:
Guilhaume GARCIA
Tel: +34 673 83 25 19
bruxelles@eurhodip.com



6

NEWS ACTUALITÉS

- Eurhodip Awards 2017
- Election
New Executive Board,
New Board of Directors
- Board of Directors Meetings
Réunions du Conseil
d'administration
- News & Projects

12

FOCUS ON EURHODIP COMPETITIONS

- Faro Culinary Contest
Turismo de Portugal
- North Cyprus Culinary
& Service Competition
- SLOWFOOD, What's that ?
Assist. Prof. Dr. NESIBE AKINTUG
& Assist. Prof. Dr. NAFIYA GUDEN
Final International University



18 34 50

NEWS FROM OUR MEMBERS

- Nutrition, Gastronomy
and Sport in México
Mr. Javier GARCIA
Escuela Superior
de Hostelería de Sevilla
- Great Silk Route
Kazakh Abylai khan
University of International
Relations and World
Languages
- CAFOODFEST
College of Hospitality
and Tourism. MARIBOR
Mrs. Helena CVIKL
- Innovation in Education
Vatel Bordeaux
- International consumers
in contemporary
world – challenges
and opportunities
Ph. D. Anna
SOBCZYK-KOLBUCH
- Ubiquitous First Impressions
and Ubiquitous
Awareness in Hospitality
Vatel Switzerland
- Employer branding in the
educational sector
Msc. Marta ADAMCZYK

CONFERENCE 2017 IN SEVILLE

- Official opening
- Topic & Speakers
- Album photos
- Workshops
- Startup challenge

CONFERENCE 2018 IN PULA & POREČ

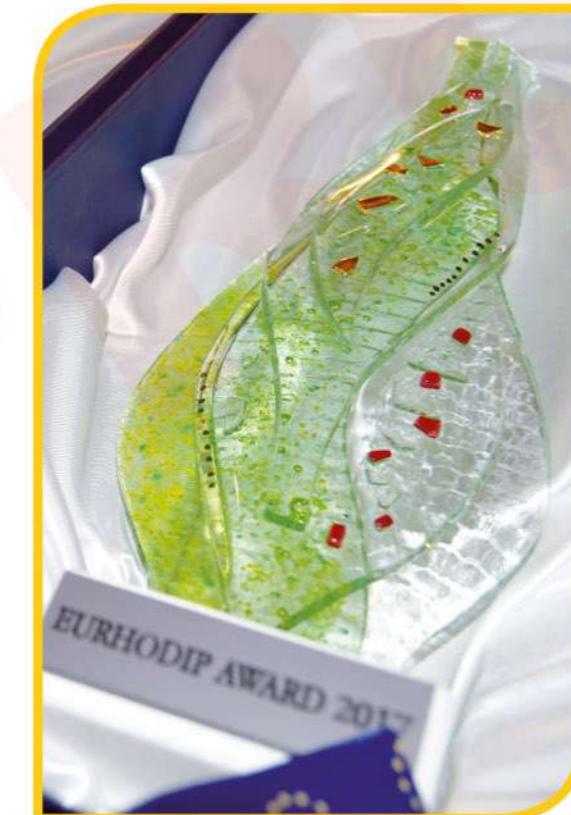
- Responsible Education for
Responsible Tourism

50

EURHODIP AWARDS 2017

Every year, with the Eurhodip Award, Eurhodip congratulates personalities from the world of hospitality and tourism for their contribution and their commitment. During the 2017 conference in Seville, in Spain, the president of Eurhodip, Don Luis de LEZAMA, paid tribute to three different person.

Chaque année Eurhodip félicite et distingue des personnalités du monde de l'hôtellerie et du tourisme pour leur contribution et leur engagement en leur remettant un Eurhodip Award. A l'occasion de la conférence 2017 à Séville, en Espagne, Don Luis de LEZAMA a rendu hommage à trois personnalités ayant joué un rôle important dans le monde de l'Éducation, de l'Hôtellerie et du Tourisme.



ANDREAS SCHLEICHER DIRECTOR FOR EDUCATION AND SKILLS AT OECD

Mr. Andreas SCHLEICHER is Director for Education and Skills, and Special Advisor on Education Policy to the Secretary-General at the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) in Paris. He has been awarded for his contribution to the education with the Programme for International Student Assessment (PISA). The Programme for International Student Assessment is a triennial international survey which aims to evaluate education systems worldwide by testing the skills and knowledge of 15-year-old students.

M. Andreas SCHLEICHER est Directeur de la Direction de l'Éducation et des Compétences et Conseiller spécial du Secrétaire général chargé de la politique de l'Éducation, au sein de l'Organisation de Coopération et de Développement Économique (OCDE). Il a été récompensé pour sa contribution dans l'éducation avec le Programme pour le Suivi des Acquis des Élèves (PISA). Le programme PISA est une enquête triennale dont l'objectif est d'évaluer les systèmes éducatifs du monde entier en testant les connaissances et les compétences des étudiants âgés de 15 ans.



MIGUEL VILLEGAS GENERAL DIRECTOR CENTUR ASESORES

Mr. Miguel VILLELGAS is currently working as General Director in Centur Asesores. He is a professional who dedicated all his life to the tourism industry, getting involved in very important projects and he also promoted new policies to make more opportunities in tourism in Andalusia. He was General Director of Tourism in the Andalusian Government, Director of Economics and Tourism in Seville town hall, Director of Promotion and Commercialization of the "Complejo Costa Ballena" in the province of Cadiz.

M. Miguel VILLELGAS travaille actuellement en qualité de Directeur Général de Centur Asesores. Il a dédié toute sa vie professionnelle à l'industrie du tourisme où il a participé à de nombreux projets et a contribué à la promotion de nouvelles opportunités pour le tourisme de l'Andalousie. Il a été Directeur Général du Tourisme dans le gouvernement andalou, Directeur de l'Economie et du Tourisme à la mairie de Séville, ainsi que Directeur de la Promotion et de la Commercialisation du « Complexe Costa Ballena » dans la province de Cadix.

CEES VAN DER KLIP EURHODIP HONORARY PRESIDENT

Finally, Mr. Luis de LEZAMA gave a Eurhodip Award to Dr. Cees van der KLIP, the Eurhodip past President for all the work done during six years. Apart from his labour in Eurhodip, Dr. van der Klip has been working all around the world for the hospitality sector, from police education in the Netherlands to the Culinary Academy in Bulgaria. He spent many years as Dean of the Maastricht Hotel Management School. He has also been consultant in different countries like Kenya, Tanzania and Columbia.

Finalement, M. Luis de LEZAMA a remis un Award Eurhodip à M. Cees Van der KLIP, président sortant d'Eurhodip pour tout le travail effectué durant six ans. En plus de ses fonctions à Eurhodip, M. Van der Klip a travaillé dans le monde entier pour le secteur de l'hôtellerie et du tourisme, des Pays-Bas à la Culinary Academy en Bulgarie. Il a été pendant plusieurs années doyen de Maastricht Hotel Management School. Il a enfin exercé une activité de consultant dans de nombreux pays comme le Kenya, la Tanzanie ou bien encore la Colombie.



ELECTIONS

Eurhodip has elected a new President, a new Executive Board and a New Board of Directors

Eurhodip a élu un nouveau Président, un nouveau Bureau ainsi qu'un nouveau Conseil d'administration

During the 24th Eurhodip Conference in Seville, in the Cajasol Foundation took place the election of the new Eurhodip President for the next three year term by the Spanish personality of Luis Lezama Barañano, founder and president for 28 years of the Escuela Superior de Hostelería of Seville. The executive board led by Don Luis LEZAMA is composed of Assist. Prof. Dr. Nafiya GUDEN, general secretary, from North Cyprus, Mrs. Helena CVIKL, vice president, from Slovenia, Mrs. Laura GOMEZ RUIZ, treasurer, from Spain, Mr. Henri MAGNE, vice president, from Switzerland and Mr. Željko TREZNER, vice president, from Croatia.

We would like to dedicate a special thanks to the previous team who has been dedicating their time and efforts to the benefits of Eurhodip, with a special mention to Mrs. Christine QUENTIN, who has been coordinating Eurhodip for more than 15 years. From now, Guilhaume GARCIA will be in charge of the coordination.

The new Board of Directors has been joined by 4 new young members, ALI DOGAN ÇAMAK, from TURKEY, Pierre-Antoine DUBUIS, from Switzerland, Benjamin GARCIA from France and Alpha SAMB from Senegal.



New Board of Directors. Nouveau Conseil d'Administration.

Durant la 24ème Conférence d'Eurhodip à Séville, au siège de la Fondation Cajasol, a eu lieu l'élection du nouveau président, pour une durée de trois ans, en la personne espagnole de Don Luis LEZAMA BARAÑANO, fondateur et président de l'Ecole Supérieure d'Hôtellerie de Séville depuis 28 ans. Le conseil exécutif présidé par Don Luis LEZAMA BARAÑANO se compose de Mme Nafiya GUDEN, secrétaire générale, de Chypre du nord, de Mme Helena CVIKL, vice-présidente, de Slovénie, de Mme Laura GOMEZ RUIZ, trésorière, d'Espagne, de M. Henri MAGNE, vice-président, de Suisse et enfin de M. Željko TREZNER, vice-président, de Croatie.

Nous tenions à remercier l'équipe antérieure qui a dédié son temps et ses efforts au bénéfice d'Eurhodip, avec une mention spéciale à Mme. Christine QUENTIN, qui a su coordiner Eurhodip avec brio pendant plus de 15 ans. Désormais, ce sera M. Guilhaume GARCIA qui sera chargé de la coordination.

Quatre jeunes nouveaux membres ont rejoint le Conseil d'Administration, M. Ali Dogan ÇAMAK, de Turquie, M. Pierre-Antoine DUBUIS, de Suisse, M. Benjamin GARCIA de France et enfin M. Alpha SAMB du Sénégal.

NEW MEMBERS

In 2017, the board of directors of Eurhodip examined 11 applications for membership of which 9 were approved and 2 were postponed. A warm welcome to the new members from Eurhodip:

En 2017 le conseil d'administration d'Eurhodip a examiné 11 candidatures dont 9 ont été approuvées. Bienvenue aux nouveaux membres.

- IAL Scuola Alberghiera Cesenatico ITALY – Full Member / Membre Actif
- IAL Scuola Alberghiera Ferrara ITALY – Full Member / Membre Actif
- IAL Scuola Alberghiera Piacenza ITALY – Full Member / Membre Actif
- IAL Scuola Alberghiera Riccione ITALY – Full Member / Membre Actif
- Escola de Hotelaria e Turismo de Coimbra PORTUGAL – Full Member / Membre Actif
- Escuela Superior de Hostelería de Bilbao SPAIN – Full Member / Membre Actif
- International Final University – North Cyprus TURKEY – Full Member / Membre Actif
- Guzelyurt Vocational School – North Cyprus TURKEY – Full Member / Membre Actif
- Institut de Technologie Hôtelière et Touristique de Sale MOROCCO – Associate Member / Membre Associé

If you are interested to become member of Eurhodip, you will find all the information in our website, <http://www.eurhodip.com/membership/> or by email to bruxelles@eurhodip.com

Si vous aussi vous souhaitez devenir membre d'Eurhodip, vous trouverez toutes les informations sur notre site internet, <http://www.eurhodip.com/membership/> ou bien par email à bruxelles@eurhodip.com



Download
Eurhodip application form

EXECUTIVE BOARD LE BUREAU



PRESIDENT

Luis de LEZAMA
BARAÑANO
Grupo Lezama
SPAIN



VICE PRESIDENT

Henri MAGNE
Vatel Switzerland
SWITZERLAND



VICE PRESIDENT

Helena CVIKL
College of
Hospitality
and Tourism
Maribor SLOVENIA



VICE PRESIDENT

Željko TREZNER
University College
of Management
& Design ASPIRA
CROATIA



SECRETARY
GENERAL

Assist. Prof. Dr. Nafiya
GUDEN
Final International
University
North Cyprus TURKEY



TREASURER

Laura GÓMEZ RUIZ
Escuela Superior de
Hostelería de Sevilla
SPAIN

BOARD OF DIRECTORS



Karine
BENZAON
Vatel Lyon & Vatel
Nîmes FRANCE



Gintautas
BUZINSKAS
Utena University
of Applied Sciences
LITHUANIA



Ali Dogan
ÇAMAK
Vatel Istanbul
TURKEY



Martin
DANNENMANN
Hotelfachschule
Heidelberg
GERMANY



Pierre-Antoine
DUBUIS
Vatel Switzerland
SWITZERLAND



Benjamin GARCIA
Groupe Vatel
FRANCE



Robert
MINASYAN
Armenian Institute
of Tourism
(Branch of RIAT)
ARMENIA



Pedro José
OLIVER FUENTES
Escuela Superior
de Hostelería
de Sevilla
SPAIN



Alexandra
PEREIRA
Turismo de Portugal
PORTUGAL



Alpha SAMB
CPFP/HR
SENEGAL



Giuseppe
SCHIPANO
Scuola Alberghiera
& di Ristorazione di
Serramazzoni
ITALY



Dov SEBBAN
Vatel Brussels
& Vatel Paris
BELGIUM



Yevgeny
TROFIMOV
Russian International
Academy for Tourism
Vatel Moscow
RUSSIA



HONORARY
PRESIDENT
Alain SEBBAN
Groupe Vatel
FRANCE



HONORARY
PRESIDENT
Cees VAN DER KLIP
NETHERLANDS



Mohamed
AMEDJAHD
MOROCCO



Shyam PATIAR
SP International
Hospitality
Consulting Limited
UNITED KINGDOM



Franca RICCI
Consultant for
Hotel and Catering
Schools
ITALY

BOARD OF DIRECTORS MEETINGS

LES RÉUNIONS DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

May 2017
Faro – Portugal

Alexandra PEREIRA
Turismo de Portugal
Escola do Turismo
de Portugal do Algarve.



It was the 83rd Board of Directors meeting since January 1st 1989, with 17 participants. The highlighted contents are the preparation of the election of the new Board in Seville, launch of the new Diploma, the presentation of the Start Up Challenge, and the presentation of the Culinary Competition of Faro.

C'était la 83ème réunion du Conseil d'Administration depuis le 1er Janvier 1989, avec 17 participants. Les contenus principaux de cette réunion ont été la préparation des élections du nouveau CA à Séville, la présentation des nouveaux diplômes, la présentation du Start Up Challenge ainsi que la présentation du Concours Gastronomique de Faro.

NEXT BOARD OF DIRECTORS PROCHAINS CONSEILS D'ADMINISTRATION

15th May 2018
Catalkoy – North Cyprus
Assist. Prof. Dr. Nafiya GUDEN
Final International University
Meeting during the Culinary & Service competition.



25th October 2017
Seville – Spain

Pedro OLIVER
Director de la Escuela Superior de Hostelería de Sevilla.



During this Board of Directors meeting, Dr. Shyam Patiar outlined that the diplomas are ready for implementation, new members were approved and the Board of Directors dealt with new Composition of the next Board of Directors to be approved by the AGM on Friday 27th October and presentation of candidates for the election of the Executive Board.

Au cours de ce Conseil d'Administration, Shyam Patiar a rappelé que les examens étaient prêts à fonctionner, l'entrée des nouveaux membres a été validée et les membres du CA ont ensuite travaillé sur la Composition du prochain CA devant être approuvé par Assemblée Générale le lendemain, et présenté les candidats à l'élection du nouveau Bureau.

NEXT CONFERENCES PROCHAINES CONFERENCES

2nd November 2018
Poreč – Croatia
Assist. Prof. Dr. Tea GOLJA
University of Pula.
Faculty of Interdisciplinary, Italian and Cultural Studies.
Meeting during the Conference.



27th October 2017
Seville – Spain

First meeting of the new Board of Directors.



During this meeting, all the members of the new Board of Directors introduced themselves and explained what they wish to bring to Eurhodip. After that, the new President, Don Luis LEZAMA explained that Eurhodip should be present among the lobbies of the European Commission, the diplomas need official recognition and the number of members must increase. Luis Lezama exposes new ideas: participation of students, development of teacher's participation. New marketing tools are to be designed and given to every board of directors members.



Au cours de ce Conseil d'Administration, tous les membres se sont présentés et ont exprimé ce qu'ils pouvaient apporter à Eurhodip. Après cela, le nouveau Président, Don Luis LEZAMA a précisé qu'Eurhodip devra être présent dans les lobbies de la Commission Européenne, avoir ses diplômes reconnus et accroître le nombre de ses membres. Il a également exposé de nouvelles idées : augmentation de la participation des étudiants et des professeurs dans les conférences et les concours. De nouveaux outils de marketing doivent être préparés et mis à la disposition des membres du Conseil d'Administration.

NEXT CONFERENCES PROCHAINES CONFERENCES

2nd – 6th November 2018
Poreč / Pula – Croatia
Assist. Prof. Dr. Tea GOLJA
University of Pula. Faculty of Interdisciplinary, Italian and Cultural Studies
Theme: "Responsible Education for Responsible Tourism".



News & Projects

From Eurhodip secretary, we would like to inform you about some news and projects

Depuis le secrétariat d'Eurhodip nous aimerions vous informer de certains thèmes d'actualités et de nouveaux projets

HISTORICAL MEMORY OF EURHODIP / PREPARATION OF ADVERTISING

Eurhodip members were asked to send material (photos, article and video) to prepare advertising material. The idea is to prepare a video spot with all the information from the members. We are also working on the creation of an historical memory of Eurhodip. Any information of interest, any pictures from year 2000 or before, send it to us!

MÉMOIRE HISTORIQUE D'EURHODIP / PRÉPARATION D'UN SPOT PUBLICITAIRE

Il a été demandé à tous les membres d'Eurhodip d'envoyer du matériel (photos, article et vidéo) afin de disposer de supports publicitaires. L'idée est d'élaborer un spot vidéo avec l'information reçue. Nous travaillons également à la mise en place d'un fonds d'archives d'Eurhodip. Si vous avez des images, quelles datent des années 2000 ou bien encore plus anciennes, envoyez-les nous !

UNWTO AFFILIATION - ACCESS TO ELIBRARY

This year, Eurhodip renewed its membership to the UNWTO. Among a lot of advantages, we could highlight that this affiliation allows all Eurhodip members to have a full access to the UNWTO eLibrary and Barometers. For those who haven't already done it, remember that you have to send your public IP to bruxelles@eurhodip.com to activate your access to the eLibrary, with free download of the material published by the OMT.

AFFILIATION À L'OMT – ACCÈS À L'E-LIBRAIRIE

En 2018, Eurhodip a renouvelé son adhésion à l'Organisation Mondiale du Tourisme. Parmi le grand nombre d'avantages, soulignons que tous les membres ont un accès complet à l'e-librairie de l'OMT ainsi qu'au baromètre annuel. Nous rappelons à tous ceux qui ne l'ont pas encore fait, d'envoyer leur adresse IP publique à bruxelles@eurhodip.com afin de pouvoir activer l'accès au téléchargement gratuit des ressources de l'OMT.

BROCHURE

In order to advertise Eurhodip and remain a stronger association, we are preparing a promotional brochure and a triptych so that our Board of Directors members will be able to promote Eurhodip in their respective country.

BROCHURE

Dans le but de promouvoir Eurhodip et d'accroître la force de l'association, nous préparons actuellement une brochure promotionnelle destinée aux membres du Conseil d'Administration afin qu'ils puissent présenter Eurhodip dans leur pays respectif.

EURHODIP DIPLOMAS AND ELEARNING

Today, as was noticeable in the Seville conference, technology is becoming more important each day. As a new project for this year, we would like to adapt some Eurhodip diplomas to eLearning so that it can be easier to integrate to your school and make it accessible to all. More info soon!

DIPLOMES EURHODIP ET E-LEARNING

La Conférence de Seville l'a bien démontré, les nouvelles technologies occupent une place de plus en plus prépondérante dans l'enseignement. Nous prévoyons d'adapter certains diplômes d'Eurhodip au e-learning afin qu'ils trouvent plus facilement une place dans les écoles d'Eurhodip. Plus d'infos prochainement!

EURHODIP QUESTIONNAIRE

At the beginning of the year all the members were sent an online questionnaire in order to research and develop the association to offer an improved service, adapted to their needs.

The result of this survey will be used to prepare an action plan for the future.

If you haven't already done so, you still have time to share your views and ideas <https://goo.gl/UHo5Sg>

QUESTIONNAIRE EURHODIP

En début 2018, tous les membres ont reçu un questionnaire en ligne dans l'objectif est de mieux connaître leurs attentes et d'élaborer de nouveaux services.

Les résultats de cette enquête doit nous permettre d'élaborer notre futur plan d'action. Si vous n'y avez pas encore répondu, faites-le à <https://goo.gl/UHo5Sg>

NEW FACEBOOK

Eurhodip is also present on Social Medias. We opened at the start of the year a new Facebook Page where we share information from Eurhodip and also from all our members. Send us info of interest, and we will publish your post.

Follow us on <https://www.facebook.com/Eurhodip/>

NOUVEAU FACEBOOK

Eurhodip est également présente sur les Réseaux Sociaux. Nous veons d'ouvrir une nouvelle page Facebook dans laquelle nous partageons les informations provenant de l'association et de tous les membres. Envoyez-nous informations et actualités sur vos écoles, nous les publieront.

Suivez-nous sur <https://www.facebook.com/Eurhodip/>

If you don't receive the newsletters from Eurhodip, please, let us know.
Si vous ne recevez pas bien la newsletter d'Eurhodip, veuillez nous le signaler.

TURISMO DE PORTUGAL



May/Mai 2017 Portugal - Algarve (Faro)

CULINARY ARTS INTERNATIONAL COMPETITION COMPÉTITION INTERNATIONALE DES ARTS CULINAIRES

Turismo de Portugal Schools and Eurhodip promoted last May 2017 the 1st Culinary Arts International Competition under the theme – "Mediterranean Diet", held at Escola do Turismo de Portugal do Algarve in Faro (Turismo de Portugal School//Algarve).

This international competition for cooking and pastry students focused on revitalizing the Mediterranean cuisine, gave the students the opportunity to demonstrate a well based knowledge, before and during their participation in the event, applying both their creativity and innovation skills.

Students from several hospitality schools in Saudi Arabia, Cyprus, Spain, Slovenia and Portugal, formed 11 teams that have been fully committed with this competition in which technical proofs on Cooking, Restaurant Service, F&B, Hospitality Management and Mediterranean Diet were performed at the highest level.

The main objective of the Culinary Arts International Competition is the promotion of the Mediterranean Lifestyle, focused on the revival of the Mediterranean cuisine, integrating the management component. Another important goal was generating the interaction between Turismo de Portugal and EURHODIP, while hosting an international event, which allowed the exchange of experiences amongst the various schools and the fellowship between all the participants, by honouring the competitors in the various features of the contest.

The competition joined 11 teams and its respective school committees, under the remit of EURHODIP. Each school was able to register up to 4 participants, who would be in different team's to their own country, since their setting up was drawn randomly, in order to promote the exchange of experiences, knowledge and innovation.

After setting up of the 4-member teams, the competition took place in a sequence of stages. The first challenge included an F&B management exercise, where participants were invited to develop a menu based on the identity of Mediterranean gastronomy, considering the nutritional quality and allergen information of the menu. To do this, it was necessary to choose products from a list of available ingredients, to elaborate the datasheets and to value the menu, which also includes a digestive cocktail. Then, the teams were invited to work hardy and cook the menu previously defined, also to prepare de room and develop the service at the school's restaurant, for a group of guests.

Each team made 4 servings of each delicacy, 2 of them served in the service, 1 for the jury (to taste) and another



Les Écoles membres de Turismo de Portugal et d'Eurhodip ont promu en mai dernier le 1er Concours International des Arts Culinaires sous le thème « Diète Méditerranéenne », organisé à l'École de Tourisme du Portugal de l'Algarve à Faro.

Ce concours international d'étudiants en cuisine et pâtisserie, axé sur la revitalisation de la cuisine méditerranéenne, a permis aux étudiants de démontrer une connaissance approfondie, avant et pendant leur participation à l'événement, en appliquant leur créativité et leur capacité d'innovation.

Des étudiants de plusieurs écoles hôtelières d'Arabie Saoudite, de Chypre, d'Espagne, de Slovénie et du Portugal ont formé 11 équipes pleinement investies dans cette compétition dans laquelle les épreuves techniques de Cuisine, de Service, de F&B, de Management de l'Hôtellerie et d'Alimentation Méditerranéenne ont été réalisées au plus haut niveau.

L'objectif principal du Concours International des Arts Culinaires est la promotion du mode de vie méditerranéen, axé sur la renaissance de la cuisine méditerranéenne, en intégrant la composante de gestion. Un autre objectif important consistait à de générer l'interaction entre Turismo de Portugal et EURHODIP, tout en accueillant un événement international, ayant permis l'échange d'expériences entre les différentes écoles et la fraternité entre tous les participants, en honorant les concurrents dans les différentes facettes du concours.

Le concours a réuni 11 équipes et leurs représentants d'école respectifs, sous la responsabilité d'EURHODIP. Il était permis à chaque école d'inscrire jusqu'à 4 participants, qui ne feraiat jamais partie de la même équipe, puisque leur constitution sera faite au hasard, afin de favoriser l'échange d'expériences, de connaissances et d'innovation.

Après la constitution des équipes de 4 membres, la compétition est rentrée dans une séquence d'étapes. Le premier défi incluait un exercice de gestion F & B, où les participants étaient invités à développer un menu basé sur l'identité de la gastronomie méditerranéenne, en tenant compte de la qualité nutritionnelle et des informations sur les allergènes du menu. Pour ce faire, il a fallu choisir des produits à partir d'une liste d'ingrédients disponibles, élaborer les fiches techniques et valoriser le menu, qui comprend également un cocktail digestif. Ensuite, les équipes ont été invitées à travailler dur et à cuisiner le menu défini précédemment, sans oublier de préparer la salle et de faire le service pour un groupe d'invités dans le restaurant de l'école.



to be displayed at the table of exhibition, available for appreciation of the visitors.

All the participants came out victorious, considering that the criterion of selection was organizing teams with participants from different schools. Team and individual prizes have been awarded in the following categories: F&B Project Award; Kitchen Award; Restaurant & Bar Service Award; Beverage Service Award; Cocktail Award;

F&B Project Award; Starter; Main Course and Dessert Awards; Mediterranean Diet Award; Eurhodip Culinary Arts Award and Best Participant School;

However, the article would not be completed without due prominence for the participating schools:

- HITH - High Institute for Tourism & Hospitality of Saudi Arabia
- Güzelyurt Meslek Lisesi (Güzelyurt Vocational High School) North Cyprus
- College of Hospitality and Tourism Maribor – Slovenia
- Escuela Superior de Hostelería de Sevilla – Spain
- Universidade do Algarve - Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo – Portugal
- Escola do Turismo de Portugal // Porto - Portugal
- Escola do Turismo de Portugal // Viana do Castelo - Portugal
- Escola do Turismo de Portugal // Coimbra – Portugal
- Escola do Turismo de Portugal // Estoril - Portugal
- Escola do Turismo de Portugal // VRSA - Portugal
- Escola do Turismo de Portugal // Algarve - Portugal

In order to improve future editions, the organization had identified internal and external factors, opportunities and threats, among which we highlight some relevant opportunities to motivate other schools to organize the next edition of Culinary Arts International Competition, namely:

- Increase cooperation with Eurhodip
- Interaction between students, teachers and school directors, from different cultures and countries under the same "umbrella" of Mediterranean Diet
- Networking of F&B management and technical
- Increase partnerships with the stakeholders



Chaque équipe a élaboré 4 portions de chaque plat, 2 pour la salle, 1 pour le jury (pour dégustation et évaluation) et une autre pour embellir la table d'exposition, disponible pour l'appréciation des visiteurs.

Tous les participants sont sortis récompensés, considérant que le critère de sélection était d'organiser des équipes avec des participants de différentes écoles. Des prix d'équipe et individuels ont été attribués dans les catégories suivantes:

Prix Projet F&B; Prix de la meilleure Cuisine, Prix Service Bar et Restaurant; Prix Service Boisson; Prix du meilleur cocktail ; Prix meilleure entrée / meilleur plat principal / meilleur dessert, Prix Diète Méditerranéenne ; Prix EURHODIP des Arts Culinaires et Prix à la Meilleure École.

Cependant, cet article serait bien incomplet sans nommer les écoles qui ont participé:

- HITH - High Institute for Tourism & Hospitality of Saudi Arabia
- Güzelyurt Meslek Lisesi (Güzelyurt Vocational High School) Chypre Nord
- College of Hospitality and Tourism Maribor – Slovénie
- Escuela Superior de Hostelería de Sevilla – Espagne
- Universidade do Algarve - Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo – Portugal
- Escola do Turismo de Portugal // Porto - Portugal
- Escola do Turismo de Portugal // Viana do Castelo - Portugal
- Escola do Turismo de Portugal // Coimbra – Portugal
- Escola do Turismo de Portugal // Estoril - Portugal
- Escola do Turismo de Portugal // VRSA - Portugal
- Escola do Turismo de Portugal // Algarve - Portugal

Afin d'améliorer les éditions futures, le comité d'organisation a identifié des facteurs internes et externes, des opportunités et des craintes, parmi lesquels nous soulignons des opportunités pertinentes pour motiver d'autres écoles à organiser la prochaine édition du Concours International des Arts Culinaires, à savoir:

- Augmenter la coopération avec Eurhodip
- Interaction entre les étudiants, les enseignants et les directeurs d'école, de différentes cultures et de pays sous le même «parapluie» de la diète méditerranéenne
- Networking du management F & B et aspects techniques
- Augmenter les partenariats avec les parties prenantes



CULINARY & SERVICE COMPETITION NORTH CYPRUS



D. Luis DE LEZAMA
President of Eurhodip
Président d'Eurhodip



Nafiya GUDEN (PhD)
Director for School of Tourism
and Culinary Arts, FIU
General Secretary of Eurhodip
Directrice de la School of
Tourism and Culinary Arts, FIU
Secrétaire Générale d'Eurhodip



Each time that a human being sits down at the table to eat, he fulfills a precept necessary for life and a social act in which his culture and intelligence are integrated with the art of the pleasure of the senses.

Food is music for the senses and a pleasure to the mind.

In the process of human cultural development, the culinary arts are playing an increasingly prominent role.

In the Eurhodip schools, the know-how of gastronomy is the manifested identity of each town. That's why we cultivate the stimulation of the know-how of our varied culinary cultures.

Each contest is an opportunity for our teachers and students to value the educational work that we develop every day.

Thank you for participating in the North Cyprus gastronomy and service contest and showing us the most beautiful side of the culture of life

Chaque fois qu'un être humain s'assied à table pour manger, il remplit un besoin vital et un acte social qui s'intègre dans sa culture et dans son intelligence avec l'art de donner du plaisir à ses sens.

L'alimentation est une musique pour les sens et un plaisir pour la raison.

Dans le processus de la culture de l'être humain, les arts culinaires se développent chaque jour davantage.

Dans les écoles d'EURHODIP le savoir-faire de la gastronomie est l'identité manifeste de chaque peuple. C'est pourquoi nous cultivons le stimulus du savoir-faire de nos différentes cultures gastronomiques.

Chaque concours est l'opportunité pour nos professeurs et nos élèves de mettre en valeur le travail éducatif que nous faisons au quotidien.

Merci de participer au concours gastronomique de Chypre et de nous montrer ainsi le plus beau côté de la culture de la vie.

The growing demands in the hospitality sector has not gone unnoticed by Eurhodip. For this reason the association has taken an active role in creating awareness of Culinary and Service concepts through hosting an annual competition on a different topic each year. This year the concept is 'Slow Food' and will be hosted on the beautiful island of Cyprus (North). The aim is for students to present their skills and talents by competing in kitchen, restaurant and bar setting environments, in a Eurhodip member school.

With the high staff turnover in the hospitality sector, it is a social responsibility to create a motivating stage for young talents.

The goals of the competition are as follows:

- Create awareness of different culinary arts and service concepts,
- Provide an opportunity for young talents to exhibit their skills,
- Provide motivation to a sector that has a high labour turnover,
- Offer the chance to learn and experience cultural values and traditions in gastronomy,
- Practice skills in different surroundings,
- Add value to resumes,
- Enjoy social networking.

We look forward to hosting this annual event here in North Cyprus

La demande grandissante dans le secteur de l'hôtellerie n'est pas passée inaperçue pour Eurhodip. C'est pour cette raison que l'association a pris un rôle actif dans la création d'une conscience des concepts de Culinaire et de Service en organisant chaque année une compétition sur une thématique différente. Cette année, le concept est 'Slow Food' et la compétition aura lieu sur la belle île de Chypre (Nord). L'objectif est de permettre aux étudiants de présenter leurs compétences et leur talent dans une compétition dans un environnement de cuisine, de salle et de bar, dans une école membre d'Eurhodip.

Avec un taux de rotation du personnel très élevé dans le secteur de l'hôtellerie, il en va de la responsabilité sociale de créer une scène pour les jeunes talents qui permette de susciter de la motivation dans ce domaine.

Les objectifs de la compétition sont les suivants:

- Créer une conscience des différents concepts d'art culinaire et de service
- Donner l'opportunité aux jeunes talents de démontrer leurs compétences
- Donner un élan de motivation dans un secteur où le taux de rotation du personnel est très élevé
- La chance d'apprendre et de vivre des valeurs culturelles et traditionnelles dans le monde de la gastronomie
- Pratiquer des compétences dans différents environnements
- Pour ajouter de la valeur à son CV
- Profiter des réseaux sociaux

Nous sommes impatients d'accueillir cet événement annuel ici en Chypre du Nord.



EURHODIP 2018 COMPETITIONS NORTH CYPRUS

13-16TH MAY 2018

Categories: ● 1. Culinary ● 2. Service ● 3. Cocktail

See details on www.eurhodip2018.com



**FINAL INTERNATIONAL
UNIVERSITY**



Çatalköy Girne - KKTC +90 850 811 18 38 / www.final.edu.tr

info@final.edu.tr [Facebook](https://www.facebook.com/finaluniversity) [Instagram](https://www.instagram.com/finaluniversity/) [RadyoFinal.net](http://radyofinal.net)

SLOW FOOD

What's that?



**Assist. Prof.
Dr. Nesibe AKINTUG**
School of Tourism and
Culinary Arts
Final International University



**Assist. Prof.
Dr. Nafiya GUDEN**
School of Tourism and
Culinary Arts
Final International University

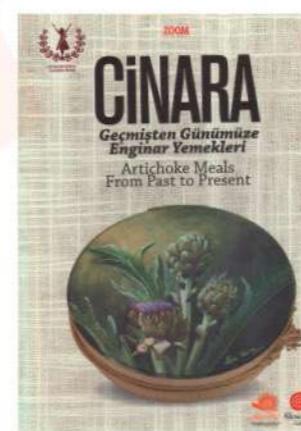
Slow Food was founded in 1986 by Carlo Petrini in Italy. The starting point of the movement is accepted as the resistance against the opening of a McDonald's near the Spanish Steps in Rome. Petrini was keen on using local food and traditional cooking. The main aim of slow food movement is preserving local and traditional food to create sustainable regional cuisine. The movement is against globalization of agricultural goods: Ecosystem compatible local farming and stockbreeding is preferred over industrialized farming and stockbreeding for Slow Food (Petrini 2003).

15 representatives from different countries signed the founding manifesto of the international Slow Food movement in 1989. The contemporary member number is around 100,000 from 150 countries. These members act in their regions to promote regional farmers, flavors and artisans by organising events such as Taste Workshops, Wine Tastings, and Farmers' Markets. These workshops develop into the world's largest food and wine fairs, such as; the Salone del Gusto in Turin; Cheese, a biennial cheese fair in Bra; SlowFish, and the Genoan fish festival. Last but not least, a world meeting of food communities Terra Madre ("Mother Earth") in Turin.

The International Slow Food Association opened the University of Gastronomic Sciences in Italy in 2004. The goal of the university is to provide opportunity for education and research on renewing farming methods to protect biodiversity and building a relationship between gastronomy and agricultural science. Above 2000 students have been studying at the University of Gastronomic Sciences in Italy.

SLOW FOOD IN NORTH CYPRUS

Mehmetçik (Galatya), Büyükkonuk (Komi Kebir), and Yeniboğaziçi (Salamis) in North Cyprus are only three of 1,500 convivia around the world. They are local Slow Food chapters that organize events and activities in their regions. These activities include visiting local producers, giving conferences about environment friendly procurement, and food tasting. For example, Mehmetçik convivium organizes local Slow Food cooking and tasting at Mehmetçik Producer Market every



Cinara: Cook book.
Cinara: Livre de cuisine.

Le concept de Slow Food a été fondé en 1986 par Carlo Petrini, en Italie. Le point de départ du mouvement est la résistance contre l'ouverture d'un McDonald's près de la Place d'Espagne à Rome. Petrini était très intéressé par l'utilisation de produits locaux et par une manière traditionnelle de cuisiner. L'objectif principal du mouvement slow food est de préserver les produits locaux et traditionnels afin de créer une cuisine régionale durable. Le mouvement est contre la globalisation des produits agricoles: un écosystème compatible avec une production locale agricole et d'élevage pour le Slow Food. (Petrini 2003).

15 représentants de différents pays ont signé le manifeste fondateur lors du mouvement international Slow Food en 1989. Le nombre actuel de membres avoisine les 100.000 répartis sur plus de 150 pays. Ces membres agissent dans leur région afin de promouvoir la production locale, les goûts du terroir et le travail des artisans locaux en organisant des événements comme des Ateliers de Dégustation, des Dégustations de Vins, et des Marchés du Terroir. Ces ateliers sont développés dans des salons internationaux, comme peuvent l'être; le Salone del Gusto à Turin; Cheese, une foire biennale du Fromage à Bra; SlowFish, le festival Génois du poisson. Et le dernier mais pas des moindres, la rencontre mondiale de communautés alimentaires Terra Madre («Terre Mère») à Turin.

L'Association Internationale Slow Food a ouvert l'Université de Sciences Gastronomiques en Italie en 2004. L'objectif de cette université est de donner l'opportunité à l'éducation et à la recherche pour renouveler les méthodes de production afin de protéger la biodiversité et construire un lien solide entre la gastronomie et la science agricole. Environ 2000 étudiants sont déjà passés par l'Université de Sciences Gastronomiques d'Italie.

SLOW FOOD EN CHYPRE NORD

Mehmetçik (Galatya), Büyükkonuk (Komi Kebir), et Yeniboğaziçi (Salamis) en Chypre Nord sont 3 des quelques 1500 membres autour du globe. Ce sont des acteurs locaux du Slow Food, qui organisent des événements et des activités dans leur région. Ces activités comprennent des visites à deux producteurs locaux, des conférences sur les bienfaits de l'environnement, et des dégustations. Par exemple, Mehmetçik convivium organise des ateliers



Lokma (Turkish donut) and Local Honey. Lokma (Donut turc) et miel local..

week. Slow Food convivia Cyprus organizes discussions on Slow Food meals. "CLINARA", a book on artichoke meals of Cyprus is a product of one of these discussions. The book is a collection of old and new artichoke meal recipes. The recipes were unified with a very nice harmony of old and new generation.

Büyükkonuk became a member of Slow Food organization in 2016. However, years before that date eco-friendly production had begun in Büyükkonuk farms. EcoDay activities have been organized twice a year. This year Büyükkonuk have reached the 20th EcoDay. At these activities, local products are promoted to be used not only in preparing food and drinks but in making household goods. Eco Days are great attractions for the local and international visitors to have a great culinary experience.

During the production process of these local products, Büyükkonuk farmers consider preserving biodiversity, reducing greenhouse gases, conserving water and protecting soil.

Slow Food Yeniboğaziçi in North Cyprus is the first Slow Food convivium in Cyprus. The Yeniboğaziçi convivium is known as "Slow Food Salamis" named after the ancient city in Yeniboğaziçi area. Slow Food Salamis organizes Terra Madre ("Mother Earth") Day activities traditionally on December 10th of every year. In 2016, Cittaslow Producer Market was opened as the celebration of the Terra Madre Day. Cittaslow Producer Market's main objective is to promote the local products and support the local producers. With this aim, they offer a traditional food recipe every week at the market to encourage Slow Food cooking and consumption among the new generation. There is no fast food counter allowed at the Market.

de cuisine et de dégustation Slow Food dans le marché de producteurs locaux de Mehmetçik chaque semaine. Slow Food convivia Cyprus organise des conversations sur les plats Slow Food. "CLINARA", un livre de recettes à base d'artichauts de Chypre est le produit de ces conversations. Le livre est une collection de recettes modernes et traditionnelles à base d'artichauts. Les recettes ont réuni tradition et modernité d'une manière très harmonieuse.

Büyükkonuk est devenu un membre de l'organisation Slow Food en 2016. Cependant, la production eco-friendly débutée dans les fermes de Büyükkonuk avait commencé quelques années auparavant. Des activités EcoDay ont été organisées deux fois par an. Cette année, Büyükkonuk a célébré le 20ème EcoDay. Durant ces activités, les produits locaux sont apportés pour préparer à boire et à manger mais aussi pour faire des objets pour la maison. Les Eco Days sont l'occasion pour les gens de la région et pour les visiteurs internationaux de profiter d'une très bonne expérience culinaire.

Pendant le processus de production de ces produits locaux, les producteurs de Büyükkonuk visent à préserver la biodiversité, en limitant l'émission de gaz à effet de serre, en préservant l'eau et en protégeant les sols.

Slow Food Yeniboğaziçi en Chypre Nord est le premier convivium Slow Food de Chypre. Le convivium Yeniboğaziçi est aussi connu sous le nom de "Slow Food Salamis" en raison de l'ancienne ville de la zone Yeniboğaziçi. Slow Food Salamis organise pour la journée Terra Madre («Terre Mère») des activités traditionnelles, le 10 décembre de chaque année. En 2016, le marché de producteurs Cittaslow fut ouvert à l'occasion de la journée Terra Madre. L'objectif de ce marché et de promouvoir les produits locaux et d'encourager les producteurs de la zone. C'est ainsi que chaque semaine, au marché, ils offrent une recette d'un plat traditionnel pour encourager la cuisine et la consommation Slow Food chez la nouvelle génération. Aucun stand de fast food n'est autorisé dans le marché.

[Carlo Petrini, William McCuaig (trans.), Alice Waters (foreword préface).
(2003) Slow Food: The Case for Taste.

New York: Columbia University Press. p. ix. – via Questia
(subscription required souscription nécessaire)]

<https://www.havadiskibris.com/terra-madre-gelecegini-koru-dunyayı-sev>
<https://www.slowfood.com/nazioni-condotte/cyprus/>
https://www.facebook.com/salamis.slowfood/?ref=br_rs



Below is the çiçek dolması "stuffed squash flower" cooking practice with the international visitors.
Ci-dessous, le çiçek dolması "fleur de courgette farcie" cours de cuisine avec les visiteurs étrangers.

NEWS FROM OUR MEMBERS

INTERNATIONAL
BUSINESS SCHOOL
HOTEL & GASTRONOMY
MANAGEMENT



Javier GARCÍA Pereda

Responsible in Nutrition and Food Technology area.
Director of the I+D+i department in ESHS. Graduated in Nutrition by UCAM; Graduated in Science and Food Technology by Universidad de Córdoba.

Responsible du Département de Nutrition et Technologie des Aliments. Directeur du département I+D+i de l'École Supérieure d'Hôtellerie de Séville. Diplômé en Nutrition par l'UCAM. Diplômé en Science et Technologie des Aliments de l'Université de Cordoue.

NUTRITION, GASTRONOMY AND SPORT IN MÉXICO

NUTRITION, GASTRONOMIE ET SPORT À MEXICO

Last week, profesor Javier García Pereda, Director of the research and development department in Escuela de Hostelería de Sevilla (IDEHS Foundation), travelled to the city of Mexico D.F for assisting to a practical nutrition congress in the national polytechnic institute and to participate in gastronomy, health and sports related acts.

This congress organised by "Escuela de Medicina", was centred in health and physical exercise seminars which the government of

En décembre dernier, le Professeur Javier García Pereda, Directeur du Département de I+D de l'Escuela Superior de Hostelería de Sevilla (Fundación IDEHS), a voyagé à Mexico DF, pour assister à un congrès de Nutrition Pratique, à l'Institut Polytechnique National et pour participer à différents événements en relation avec la gastronomie, la santé et le sport.

Ce congrès, organisé par l'École de Médecine, s'inscrivait dans le cadre d'une série de séminaires sur la santé et l'exercice physique que

Mexico has set in motion in order to prevent the dangerous situation that obesity represents to society.

Throughout this congress, they explained the basic notion to achieve a proper nutrition and to better our feeding habits, focusing particularly on the necessity of making the right choices when doing the groceries, in schools, hospitals...

Ironically, Mexico has a gastronomy recognised as world intangible heritage. That is why it's hard to believe that a country with such food diversity is among the highest positions in chronic metabolic diseases ratings such as diabetes type 2 or obesity. Great part of the blame goes to the terrible increase of the consumption of sugary drinks and ultra-processed products.

That is why the central idea of this presentation was to promote returning to the feeding origins of the country where fresh, unprocessed food full of colour and flavour was abundant.

As the training was focused specially on physical trainers from different university teams, it was highlighted the necessity to educate athletes to use real food as a base for their diets, using local food and having gastronomy as an ally to plan healthy and appealing menus.

In fact, athletes were encouraged to cook their own recipes such as enchiladas, tacos, cactus salads, etc in order to defend the Mexican gastronomic diversity.

Additionally, in the seminar, the new recommendation for sport nutrition that many scientific entities have reviewed during 2017 were revised.

Specifically, they were analysed many sports with specific feeding necessities such as those in which the primary focus is muscle augmentation like American football or Greco-Roman wrestling, those sports based on physical resistance like the triathlon or mountain racing and sports where weight control is the most important part, whether it is because of having weight limits or because it is a sport with an esthetical base such as judo or gymnastics.

On the other hand, inside the national polytechnic institute, there was a visit to the facilities of the university American Football Team "Burros Blancos" where they gave some counselling



le gouvernement du Mexique a mis en place afin de prévenir la grave situation d'obésité qui existe dans la société.

Pendant le congrès, on a pu en savoir un peu plus sur les bases alimentaires nécessaires à une nutrition correcte et pour améliorer les habitudes alimentaires, en insistant tout particulièrement sur le besoin de faire les bons choix à l'heure de faire les courses, dans les écoles, dans les hôpitaux, etc.

Paradoxalement, la gastronomie du Mexique est inscrite au Patrimoine Immatériel de l'Humanité, d'où la surprise qu'un pays avec une telle diversité alimentaire soit l'un des pays au monde avec le plus de diabète type 2, ainsi que d'autres maladies métaboliques chroniques. L'augmentation spectaculaire de la consommation de boissons sucrées et de produits ultra-traités en est la principale responsable.

C'est pourquoi, l'idée de la conférence était de prôner un retour aux origines alimentaires du pays, un pays qui foisonne de produits frais et non modifiés, qui regorgent de couleurs et de multiples saveurs.

Etant donné que la formation était destinée à des entraîneurs et à des préparateurs physiques de différentes équipes universitaires, on a particulièrement insisté sur le besoin d'éduquer les sportifs à utiliser la nourriture réelle comme base de leur alimentation. En utilisant des aliments de la zone, avec la gastronomie comme allié à l'heure de programmer des menus sains et appétissants.

D'ailleurs, l'accent a été mis sur l'importance de motiver ces sportifs à préparer eux-mêmes leurs repas, avec des recettes comme les enchiladas, les tacos, les salades de cactus, etc... afin de revendiquer la diversité gastronomique du Mexique.

De plus, au cours du séminaire, nous avons fait un point sur les nouvelles recommandations de nutrition sportive que différentes entités scientifiques ont mis à jour au cours de l'année 2017.

Différents sports avec des besoins alimentaires spécifiques ont été analysés. Ceux comme le football américain ou la lutte gréco-romaine, dans lesquels prédomine la prise de masse musculaire, les sports basés sur la résistance physique comme le triathlon ou les courses en haute montagne, et enfin les sports où le contrôle du poids, soit en raison de catégories au poids ou bien pour des raisons esthétiques comme peuvent l'être le judo ou bien la gymnastique.

D'autre part, nous avons visité les installations de l'équipe Universitaire de Football Américain de l'Institut Polytechnique



and guidelines concerning sport nutrition, bettering of the corporal composition and increasing strength and resistance.

During this counselling journey, the players manifested the difficulties they have to face to achieve the right amount of energy, enough protein consumption and other matters related to sport performance, which is why after that they were offered practical solutions personally to each player.

Finally, the professor visited the "Universidad Pública de Ecatepec", where he met students from the chiropractic degree and imparted a seminar about applied diet therapy, where he presented the feeding bases in the treatment of many metabolic diseases.

Also, inside the university, there was a reunion with the coordinator of the future formative project of the nutritional gastronomy degree where this centre bets for bringing together in the same degree the concepts of cooking and nutrition, offering real solutions to collective restauration companies and hospitals in need of offering menus adapted to patients or clients with different special feeding necessities.

In addition to the purely academic part, the trip was complemented with many meals in traditional Mexican food restaurants and visits to other Mexican institutions related to nutrition and feeding, with the aim of creating new bonds between Escuela Superior de Hostelería and Iberoamerican University Centres.



National, les "Burros Blancos", où nous avons fait une journée de coaching sur les besoins en nutrition sportive dans le but d'améliorer la composition corporelle et de gagner en force et en résistance.

Pendant cette journée de coaching, les joueurs évoqueront leurs difficultés à avoir suffisamment d'énergie, la consommation d'une quantité de protéines suffisante, ainsi que d'autres thèmes en relation avec leur rendement sportif. Une réponse pratique a pu être apportée personnellement à chaque joueur.

Enfin, le professeur a visité l'Université Publique d'Ecatepec, où il a fait la connaissance des étudiants en Kinésithérapie et il a donné une conférence de thérapie diététique appliquée, au cours de laquelle ont été présentées les bases alimentaires dans le traitement de pathologies métaboliques diverses.

Ce fut également l'occasion de se réunir au sein de l'Université avec la coordinatrice du futur projet formatif de la Licence de Gastronomie Nutritionnelle, projet dans lequel le centre mise pour unifier de manière professionnelle dans le même cursus les concepts de cuisine et de nutrition, en proposant des solutions réelles à des entreprises de restauration collective et à des hôpitaux qui veulent offrir des menus adaptés à des clients ou à des patients aux besoins alimentaires divers et spécifiques.

Au-delà de la partie purement académique, le voyage a été agrémenté de divers repas dans des lieux de gastronomie traditionnelle mexicaine ainsi que de visites à d'autres institutions mexicaines ayant une étroite relation avec la nutrition et l'alimentation, dans le but de créer de nouveaux liens de travail entre l'École Supérieure d'Hôtellerie de Séville et les Centres Universitaires Ibéro-Américains.



INTERNATIONAL SYMPOSIUM

Moscow, Russia - October, 2017
Moscou, Russie - Octobre 2017

«TOURIST POTENTIAL OF THE GREAT SILK ROUTE IN THE CIS SPACE»

**In the hotel business and
Tourism Unstitute Peoples' Friendship University of Russia**

«POTENTIEL TOURISTIQUE DE LA GRANDE ROUTE DE LA SOIE DANS L'ESPACE CEI»

**Dans L'institut des Affaires Hôtelières et du
Tourisme Peoples' Friendship University of Russia**

The Great Silk Route is one of the most significant achievements in the history of world civilizations. Currently, most of the countries on the territory, which the Silk Route went through, are making efforts to attract tourists using the existing cultural and historical heritage of the ancient road. Russia has a sufficient potential, both in the matter of the historical heritage of the Silk Route, and in the modern possibilities of the tourist regions through which this ancient route once ran.

All this gives particular relevance and significance to the international research project of the Hotel Business and Tourism Institute of the Peoples' Friendship University of Russia (HBTI PFUR) "Development of a Cultural Path in the CIS Space within the Great Silk Route Brand: the Formation of Human Capital with the Key Participation of the Universities of the Commonwealth Countries". The project has been implemented by the Institute since the beginning of 2017 with the support of the Interstate Humanitarian Cooperation Fund of the Member States of the Commonwealth of Independent States. It united students and teachers of eight universities from 7 CIS countries:

Azerbaijan University of Tourism and Management (Azerbaijan).

Yerevan State University of Languages and Social Sciences by V.Y. Bryusov (Armenia).

Al-Farabi Kazakh National University (Kazakhstan).

Kyrgyz National University by Zhusup Balasagyn (Kyrgyzstan).

Hotel Business and Tourism Institute of the Peoples' Friendship University of Russia (Russia).

Humanities and Education Science Academy (Branch) of V.I. Vernadsky Crimean Federal University (Russia).

Russian-Tajik (Slavonic) University (Tajikistan).

Samarkand Institute of Economics and Service (Uzbekistan).

The main objective of the first stage of the project was to analyze the tourism potential of those sections of the Great Silk Route (GSR)

La Grande Route de la Soie est l'une des réalisations les plus significatives de l'histoire des civilisations mondiales. Actuellement, la plupart des pays traversés par la Route de la soie font des efforts pour attirer les touristes en utilisant le patrimoine culturel et historique de l'ancienne route. La Russie a un potentiel suffisant, à la fois en ce qui concerne le patrimoine historique de la Route de la Soie, et aussi dans les possibilités modernes des régions touristiques à travers lesquelles passait cette ancienne route.

Tout cela est particulièrement pertinent et significatif pour le projet de recherche international de l'Institut d'Affaires et de Tourisme de la Peoples' Friendship University de Russie (HBTI PFUR) «Développement d'un Itinéraire Culturel dans l'espace de la Grande Route de la Soie. La Formation d'un Capital Humain grâce à la Participation Clé des Universités des Pays du Commonwealth. Le projet a été mis en œuvre par l'Institut début 2017 avec le soutien de l'«Interstate Humanitarian Cooperation Fund of the Member States of the Commonwealth of Independent States». Ce projet regroupe des étudiants et des professeurs de huit universités provenant de 7 pays de la CEI:



Team performance from Kazakhstan.
Performance de l'équipe du Kazakhstan

that pass through the territories of the respective countries. The results of the research work were presented by the participating universities at the International Symposium "Tourist Potential of the Great Silk Route Brand in the CIS", held on 16-20th of October 2017, in the PFUR HBTI.

The opening speech greeting The Symposium was presented by the First Vice-Rector - Vice-Rector for Scientific Work of the Peoples Friendship University of Russia N.S. Kyrabayev and then followed by the introductory speech by S.V. Dikhtyar, AMFORHT Vice-President, Director of HBTI PFUR. The main trends in the development of the Russian hospitality industry, the problems and challenges faced by the tourism industry at the present stage were highlighted in the speech of V.A. Korovkina, Head of the Office of International Cooperation of Rosturizm.



The opening of the Symposium. E. Borisova Head of the Department of Sport and Tourism of Moscow.

Ouverture du Symposium : E. Broisova, Responsable du Département du Sport et du Tourisme de Moscou.

Moscow's experience in solving tourism problems and the possibility of its application to improve the tourist attractiveness of destinations was presented by E.L.Borisova, Head of the Tourism management department of the Moscow's Department of Sport and Tourism, and A.A. Tikhnenko, Head of the Hotel management department of Moscow's Department of Sport and Tourism.

The activities of the Capital authorities to organize different major theme events, to create a more comfortable infrastructure for tourists in the city have become a favorable factor for increasing the tourist attractiveness of the capital.

The successful cooperation experience in small tourist cities was presented by E.F. Kaneva, Director of the Association of Small Tourist Cities of Russia. New directions of cooperation allow small cities to attract tourists not only with city's special way of life, the provincial charm and atmosphere, but also with competitive tourist products. This experience is particularly interesting, because Heritage of the Great Silk Route in the CIS space often concentrates in small towns.

The wide interaction of cultures, peoples, religions as a characteristic feature of the historical road of the Silk Route does not lose its significance even in the present paradigm. Therefore, within the framework of the International Great Silk Route tourism project development, the solution of the problems of intercultural communication both at the interstate level and at the level of individual tourism specialists and tourists is of particular importance. The development of effective speech interaction skills is seen as an indispensable component of personnel training for the tourism industry. In this regard, within the framework of the symposium, Director of the Centre for Effective Speech Preparation "Ritel" L.D.Troyankina held a workshop on the use of speech technologies in business communications.

Performances of the teams were preceded by many months of research to assess the actual situation and prospects for

Université de Tourisme et de Management d'Azerbaïjan (Azerbaïjan).
Université Publique de Langues et de Sciences Sociales de Yerevan - V.Y. Bryusov (Arménie).

Université Nationale Al-Farabi Kazakh (Kazakhstan).
Université Nationale Kyrgyz - Zhusup Balasagyn (Kirghizstan).

Institut d'Affaire et de Tourisme de la Peoples' Friendship University of Russia (Russie).

Académie de Sciences Humaines et d'Éducation de l'Université Fédérale de Crimée de V.I. Vernadsky (Russie).

Université Russo-Tajik (Slavonic - Tajikistan).
Institut de Sciences Économiques et de Service Samarkand (Ouzbekistan).

L'objectif principal de la première phase du projet était d'analyser le potentiel touristique des sections de la Grande Route de la Soie (GRS) qui traversent les territoires des pays respectifs. Les résultats du travail de recherche ont été présentés par les universités participantes au Symposium international «Potentiel touristique de la Grande Route de la soie dans la CEI», qui s'est tenu du 16 au 20 octobre 2017, dans le PFUR HBTI.

Le discours d'ouverture du symposium a été présenté par le Premier Vice-Recteur - Vice-Recteur du département Scientifique de la Peoples Friendship University of Russia, N.S. Kyrabayev, et ensuite le discours introductif de S.V. Dikhtyar, vice-président d'AMFORHT, directeur de HBTI PFUR. Les principales tendances dans le développement de l'industrie hôtelière russe, les problèmes et les défis rencontrés par l'industrie du tourisme à ce stade ont été soulignés dans le discours de V.A. Korovkina, chef du Bureau de la Coopération Internationale de Rosturizm.

L'expérience de Moscou dans la résolution des problèmes du tourisme et la possibilité de son application pour améliorer l'attrait touristique des destinations a été présentée par E.L.Borisova, Responsable du Département de Gestion du Tourisme du Ministère du Sport et du Tourisme de Moscou, et par A.A. Tikhnenko, Responsable du Département d'Hôtellerie Ministère du Sport et du Tourisme de Moscou.

Les activités des autorités de la capitale pour organiser différents grands événements thématiques, pour créer une infrastructure plus confortable pour les touristes dans la ville sont devenues un facteur favorable pour augmenter l'attractivité touristique de la capitale.

L'expérience de coopération réussie dans les petites villes touristiques a été présentée par E.F. Kaneva, Directeur de l'Association des Petites Villes Touristiques de Russie. De nouvelles directions de coopération permettent aux petites villes d'attirer les touristes non seulement avec le mode de vie spécial de la ville, le charme et l'atmosphère provinciale, mais aussi avec des produits touristiques compétitifs. Cette expérience est particulièrement intéressante, car le Patrimoine de la Grande Route de la Soie dans l'espace de la CEI se concentre souvent sur les petites villes.

La vaste interaction entre les cultures, les peuples et les religions en tant que caractéristique de la route historique de la Route de la Soie ne perd pas sa signification même dans le paradigme actuel. Par conséquent, dans le cadre du développement du projet touristique de la Grande Route de la Soie, la solution aux problèmes de communication interculturelle au niveau interétatique et au niveau des spécialistes individuels du tourisme et des touristes revêt une importance particulière. Le développement de compétences d'interaction orales efficaces est considéré comme un élément indispensable de la formation du personnel de l'industrie du tourisme. A cet égard, dans le cadre du symposium, le Directeur du Centre pour la Préparation d'un Dialogue Efficace «Ritel» L.D.Troyankina a organisé un atelier sur l'utilisation des technologies du monde de la communication dans les communications d'affaires.

Les performances des équipes ont été précédées de plusieurs mois de recherche pour évaluer la situation actuelle et les perspectives de la zone sélectionnée de la Route de la Soie, pour en étudier les forces et les faiblesses, les opportunités de marché et les risques. Les étudiants, sous la direction d'enseignants, ont travaillé sérieusement avec les ressources, ont traité une grande quantité de données sur les objets du patrimoine culturel et naturel de la Route de la Soie, étudié l'infrastructure existante, les offres touristiques, le potentiel personnel et d'autres aspects du sec-



Female students from Kyrgyz Republic.

Étudiantes de la République Kirghize

the selected area of the Silk Route, to study its strengths and weaknesses, market opportunities and risks. The students under the guidance of teachers conducted serious work with resources, processed a large amount of data on the objects of the cultural and natural heritage of the Silk Route, investigated the existing infrastructure, tourist offers, personnel potential and other aspects of the tourism sector. The universities approached this work differently: many teams conducted field research and expeditions,

others created scientific circles, student associations to ensure continuity of scientific activity. The results of their work were presented by the participants in an original creative form.

Despite their small composition and limited resources, the teams managed to convey in their speeches the diversity of cultures and national identity of the countries and territories of the Great Silk Route. The use of national attributes, musical accompaniment made all appearances bright, lively and exciting. Numerous issues and active discussions following the speeches of the teams made it possible not only to highlight the existing tourist potential of the territories, but also to uncover existing problems related to the development of tourism in these sections of the GSR. These determined the content and effectiveness of the event.

An important constituent of the Symposium program was a speech delivered by the pilot-cosmonaut, twice Hero of the Soviet Union, Air Force Major General Vladimir Alexandrovich Dzhanibekov. Meeting with the legendary personality, an enthusiastic and life-loving person, who devoted his life to science and Space exploration, did not leave anyone indifferent.

Another significant event within the Symposium framework was the film presentation "Celestial Nomad" by the Kyrgyz director Mirlan Abdykalykov. It was specially offered to the participants by the creators of the film. The picture, which won awards at many festivals, supplemented the topics covered in the business program with the surprising accuracy showing the natural and cultural heritage of the people and its preservation, traditions versus modernity and life choices of new generations.

Discussion of a wide range of issues considered within the framework of the Symposium was completed in the format of a "round table" with the participation of team leaders. The results were summed up and plans for further scientific research were determined. The team leaders noted that the theme of developing the tourist potential of the Great Silk Route was closely examined in the international interuniversity community for the first time. The Symposium was an important step in understanding the capabilities of the Great Silk Route Brand in the CIS space.

In addition to solving research, educational and other practical problems, the Symposium achieved another important result. During these few autumn days in Moscow, it was possible to gather enthusiastic and inquisitive young people from different CIS countries, to befriend them, to awaken their interest and desire to get to know their own and other countries, to build new relationships.

The Symposium expanded the participants' views on the tourist potential of the Silk Route Brand in the CIS space, gave a sense of the united world, a new image of the future and opening prospects for professional activity.

touristique. Les universités ont abordé ce travail différemment: de nombreuses équipes ont mené des recherches sur le terrain et ont fait des expéditions, d'autres ont créé des cercles scientifiques, des associations d'étudiants pour assurer la continuité de l'activité scientifique. Les résultats de leur travail ont été présentés par les participants sous une forme créative et originale.

Malgré leur petite composition et leurs ressources limitées, les équipes ont réussi à transmettre dans leurs discours la diversité des cultures et l'identité nationale des pays et des territoires de la Grande Route de la Soie. L'utilisation des attributs nationaux ainsi que l'accompagnement musical a rendu toutes les apparences lumineuses, vives et passionnantes. De nombreuses problématiques et discussions actives suite aux discours des équipes ont permis non seulement de mettre en évidence le potentiel touristique existant des territoires, mais également de mettre en évidence les problèmes existants liés au développement du tourisme dans ces sections de la GRS. Ceux-ci ont déterminé le contenu et l'efficacité de l'événement.

Un élément important du programme du Symposium a été un discours prononcé par le pilote-cosmonaute, deux fois Héros de l'Union Soviétique, le Major Général de l'Armée de l'Air Vladimir Alexandrovich Dzhanibekov. Rencontrer cette personnalité légendaire, une personne enthousiaste et qui aime la vie, qui a consacré sa vie à la science et à l'exploration spatiale, n'a laissé personne indifférent.

Un autre événement important dans le cadre du Symposium a été la présentation du film «Celestial Nomad» par le réalisateur kirghize Mirlan Abdykalykov. Il a été tout spécialement offert aux participants par les créateurs du film. L'image, récompensée dans de nombreux festivals, a complété les sujets abordés dans le programme d'affaires par l'étonnante précision de l'héritage naturel et culturel du peuple et par sa préservation, entre traditions et modernité et de par les choix de vie des nouvelles générations.



A team from Kyrgyzstan at the opening of the Symposium.

Une équipe du Kirghizstan à l'ouverture du Symposium

La discussion sur large éventail de questions considérées dans le cadre du Symposium a été complétée sous la forme d'une «table ronde» avec la participation des chefs d'équipe. Les résultats ont été résumés et des plans pour d'autres recherches scientifiques ont été déterminés. Les chefs d'équipe ont noté que le thème du développement du potentiel touristique de la Grande Route de la Soie a été examiné de près dans la communauté interuniversitaire internationale pour la première fois. Le symposium a été une étape importante dans la compréhension des capacités de la marque Grande Route de la Soie dans l'espace CEI.

En plus de résoudre des problèmes de recherche, d'éducation et d'autres problèmes pratiques, le Symposium a atteint un autre résultat important. Pendant ces quelques jours d'automne à Moscou, il a été possible de rassembler des jeunes enthousiastes et curieux de différents pays de la CEI, de les lier d'amitié, d'éveiller leur intérêt et leur désir de connaître leur propre pays et d'établir de nouvelles relations.

Le Symposium a élargi le point de vue des participants sur le potentiel touristique de la marque Route de la Soie dans l'espace de la CEI, a donné un sens au monde uni, une nouvelle image du futur et des perspectives d'ouverture pour une activité professionnelle.

CHRISTMAS FESTIVAL

At the College of Hospitality and Tourism Maribor

FESTIVAL DE NOËL

Au College of Hospitality and Tourism Maribor



The end of a year is always that time when we are nostalgic and think about everything that happened. College of Hospitality and Tourism Maribor has had a very active and creative year in 2017, many projects and events were successfully concluded. Since holidays are the time of giving and sharing joy and positive thoughts, we decided to organize a special Christmas event and celebration for our local community, which took place on the street and inside our restaurant and its lounge, representing the winter fairy tale.

Through many projects during the year, we have been exploring the history of our street and local buildings trying to determine what it was that has driven us to come to this street and this part of the city. Findings revealed that we actually returned to our roots – on our street, Cafova Street, the tradition of hospitality education began with the establishment of the first hospitality school in 1926. Additionally, the street was once the centre of social life also due to famous elite hotel Zur Stadt Wien whose restaurant and its summer lounge reached all the way to the terrace and lounge of our Restaurant Seven.

With the intention of connecting with local community and bearing in mind how important it is to promote local providers and local products, we organized CAFOODFEST, a special culinary event and competition where students had to prepare and decorate their own Christmas stand with their offer of food and drink. The event took place in December before Christmas holidays. The idea of the event was to give the citizens of Maribor days of culinary and festive experience and opportunity to socialize with friends. To enrich the offer, we invited also other schools from the field of catering and hospitality to participate. Five teams, each team consisting of three students, participated with their own creative versions of street food snack and warm drinks in cooperation with our school Restaurant Seven. Guests had the opportunity to taste all of them, depending on the number of coupons they purchased – one coupon, one snack. To give the event a taste of a competition, guests voted which snack was the most delicious and tasteful. At the end of the event, we counted votes and declared a winner, a snack with the highest number of votes.

In the light of bringing the community to work together, a neighboring Studio Orange with his partners answered our invitation and organized a spectacular fashion installation with models wearing glamorous outfits and hairstyles. Special effects and a hint of magic were achieved with the use of dim lights, dramatic music background and location behind the glass wall of the building on the first floor.



Fashion installation of Studio Orange.

Défilé de mode au Studio Orange.

coopération avec notre Restaurant Seven. Les invités ont pu goûter les préparations de chaque équipe, en fonction du nombre de tickets achetés : un ticket, un snack. Dans le but de donner à cet évènement un goût de compétition, les invités ont pu voter pour leur snack préféré. À la fin de l'évènement, nous avons compté les votes et désigné un vainqueur, le snack ayant reçu le plus grand nombre de votes.

Dans l'objectif d'amener notre communauté à travailler ensemble, le Studio Orange et ses partenaires de notre quartier, ont répondu présents à l'invitation. Ils ont organisé un défilé de mode spectaculaire, avec des mannequins aux tenues et aux coupes de cheveux plus glamour que les autres. Les effets spéciaux et la touche de magie ont été couronnés par une lumière d'ambiance, une musique de fond, le tout derrière le mur de verre de notre bâtiment, au premier étage.

However, this was not the only surprise we prepared for the guests. At dusk, all guests looked up to the top of our building as two men started their way from the top to the bottom. The two men were members of the acrobatic team F&B Acrobatics and during their descend they performed some dangerous acrobatic stunts. Their safe landing on the ground was followed by a loud applause from the crowd.

With the acrobatic performance the Christmas decoration of the street, which we organised and prepared as a gift to our community and neighbours, was emphasized – numerous Christmas lights and especially an avenue of majestic tree branches with decoration representing forest and nature.

Nevertheless, winter and holidays are not complete without snow. With some help we managed to create a perfect winter tale with snowflakes falling from the sky and bringing smiles on everyone's faces.

Despite the low temperatures and cold weather, the street was full of visitors and the overall atmosphere was positive. Positive and warm was also the atmosphere in GLAZUTA, a lounge of the school Restaurant 7. We turned summer lounge of the restaurant into a beautiful winter pavilion offering guests an atmosphere of a warm comfortable living room. The idea for its name came from our rich cultural heritage, as there were many glass factories on Pohorje in the past. The glass pavilion made summer lounge of the restaurant available to our guests also in winter thus giving them a warm winter like place with candles, lanterns, open fireplace and lights. Our aim was to bring beautiful winter nature to the city centre and offer a new place to socialise and enjoy in culinary specialties. Glažuta will be open during the entire winter season and will be hosting many interesting events.

College of Hospitality and Tourism Maribor has undoubtedly had a very active and successful year 2017 and is looking forward to new challenges and projects 2018 will bring.

Et ce n'était pas la seule surprise préparée pour nos invités. À la tombée de la nuit, les invités purent voir deux hommes descendre le long de notre bâtiment. Ces deux hommes, membres de l'équipe d'acrobates F&B Acrobatics firent quelques frayeurs (contrôlées bien entendu) au public. Leur arrivée, saine et sauve sur le sol, a été saluée par un tonnerre d'applaudissements.

La performance acrobatique, les décorations de Noël dans la rue, que nous avions organisées comme un cadeau pour notre communauté et pour notre quartier, ont été accompagnées de lumières de Noël ainsi que d'une avenue spéciale d'arbres aux branches majestueuses avec des décorations représentant la forêt et la nature.

Cependant, l'hiver et les vacances de Noël ne seraient pas ce qu'elles sont sans un peu de neige. Avec un peu d'aide, nous avons réussi à créer un hiver parfait, avec de beaux flocons tombant du ciel et apportant le sourire sur le visage de tous.

Malgré le temps et les froides températures la rue était pleine de visiteurs et l'atmosphère générale était très positive. Positive et chaleureuse, c'était aussi l'ambiance qui régnait à GLAZUTA, l'un des salons de l'école Restaurant Seven. Le salon d'été avait été transformé en un très agréable pavillon d'hiver, offrant à nos invités une atmosphère chaleureuse et un salon confortable. Le nom de ce salon vient de notre héritage culturel, en effet il y avait de nombreuses usines de verre à Pohorje dans le passé. Le salon d'été habilité en pavillon de glace a permis à nos invités même en plein hiver, de profiter d'un hiver chaleureux, agrémenté de bougies, de lanternes, de feux et de lumières. Notre but était d'apporter la beauté d'un hiver dans la nature en plein cœur de la ville et d'offrir un nouvel endroit où rencontrer des gens, tout en profitant de spécialités culinaires. Glažuta restera ouvert durant tout l'hiver et sera le lieu de nombreux événements intéressants.

College of Hospitality and Tourism Maribor a sans aucun doute eu une année 2017 très active et pleine de succès et va de l'avant avec de nouveaux projets et de nouveaux challenges pour 2018.



Acrobatic team during their performance.

Équipe d'acrobates pendant leur performance.



Mrs Helena Cviki with the Studio Orange team and models.

Mme Helena Cviki avec l'équipe et les mannequins du Studio Orange.



Christmas lights, Christmas stands and snow in front of the College of Hospitality and Tourism Maribor.

Illuminations de Noël, stands de Noël, et neige, juste en face du College of Hospitality and Tourism Maribor.



Winter pavilion on the terrace of the Restaurant 7.

Pavillon d'hiver sur la terrasse du Restaurant 7.

VATEL Bordeaux

HOTEL & TOURISM
BUSINESS SCHOOL



innovates by creating a new pedagogical concept: the CESR innove en créant un nouveau concept pédagogique : la RS2E

In November 2010, VATEL Bordeaux decided to build a new campus. It had to be exemplary to train future generations of hospitality industry managers.

Convinced that social responsibility is above all a behaviour and not a concept, and that the only effective way is to practice it and not only to teach it (as it would be unrealistic to learn to play tennis in a classroom!), VATEL Bordeaux innovates by launching the CESR concept: Corporate Educative Social Responsibility.

CESR is the **Generalised** (students, teachers, personnel, guests, partners), **Integrated** (every aspect of CSR) and **Continuous** (24/7) application of CSR in the design, realisation and operation of the school and its practical training equipment.

This concept was made an integral part of the specifications for the new campus. In addition to obtaining a 4-star rating for the training hotel, the aim was to achieve the EU Ecolabel standard and the French "Tourism and Handicap" certification.

A group of students, coached by a manager from the UMIHRA (Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie de la Région Aquitaine - local hospitality industry body), was made

En novembre 2010, VATEL Bordeaux décide de construire un nouveau campus qui se doit d'être exemplaire pour la formation des générations futures des managers de l'hôtellerie.

Convaincu que la responsabilité sociale est avant tout un comportement et non un concept, et que la seule façon efficace est de la faire pratiquer et pas seulement de l'enseigner (comme il serait illusoire d'apprendre à jouer au tennis dans une salle de classe !), VATEL Bordeaux innove alors en lançant le concept de la RS2E : Responsabilité Sociale de l'Entreprise Educative.

La RS2E est l'application **Généralisée** (étudiants, enseignants, personnel, clients, partenaires), **Intégrale** (toutes les dimensions de la RSE), **Continue** (24/7) de la RSE, dans la conception, la réalisation et le fonctionnement de l'école et de ses équipements d'application.

Inscrit dès 2012 dans le cahier des charges du nouveau projet, outre le classement 4 étoiles de l'hôtel, l'objectif est d'obtenir l'Ecolabel Européen et le label Tourisme et Handicap.

Un groupe d'étudiants assisté d'une Responsable de l'UMIHRA (Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie Région Aquitaine) est chargé de promouvoir et de veiller à la mise en œuvre du projet de RS2E.

responsible for promoting and monitoring the implementation of the CESR project.

Some of the actions realised: energy savings (90% LED), renewable energies (100% green electricity), solar panels for hot water, waste reduction and recycling (Castalie® water purification system, biowaste collection), anti-obsolescence campaign (recycling used computers via a Madagascan NGO), use of environmentally friendly and safe products (Oeko-tex certified linen, Energy Star qualified office equipment), priority purchase of local or regional bio products and services, optimisation of student and teacher transport (bicycles, ride-sharing), social economy and charitable actions (laundry company employing mainly disabled people, recycling of corks via "Agir Cancer Gironde", collection and recycling of cigarette butts), facilities capable of welcoming all 4 disabilities (vision, hearing, mobility and mental).

The results have surpassed the objectives: The VATEL Bordeaux hotel received 4 stars on 1st Of July, 2016, the EU Ecolabel was attributed on July 7th 2016 with 43 optional points obtained versus a required minimum of 26, and the "Tourisme et Handicap" brand is obtained on March 6th 2017.

The whole VATEL Bordeaux family, students, staff, teachers, guests, now live CESR on a daily basis.

A Mr. CESR has been named to ensure its application, 'Professional Practical Training Manuals' have been edited (in paperless format!) so that every student is aware of the competences that they should acquire and the behaviours that they should adopt, training session have been organised for teaching staff and teachers, hotel and restaurant clients are made aware of the project and invited to contribute as are the establishment's commercial partners.

CESR represents an innovative global pedagogical approach not only in its principles but also in its implementation. It prepares students for a rapid and effective insertion into their functions as hospitality managers whether they work in the CSR department, which most major hotel and catering chains have created, or work in other operational or administrative departments (marketing, human resources, finance, etc.).

Several VATEL students have already put it in to practice (selected examples):

- Elodie SIMON successfully managed the EU Ecolabel process for the Hotel Best Western Bandor at Belle-Ile (France)
- Benoît AUBIGNAT conducted the EU Ecolabel analysis at Hiva Oa Hanakee Pearl Lodge in the Marquise Isles in French Polynesia
- Agathe ROGER initiated and was the main contributor to developing a menu consisting of 100% local produce at the SW Restaurant in the Hotel Pullman in Toulouse (France)
- Coline GONZALEZ has studied the question of employing disabled people in the hospitality sector.

CESR is profitable. When it is accompanied by appropriate communication, the project is a great help in recruiting highly motivated students, especially international students. VATEL Bordeaux has increased from 340 students in 2014 to 670 in 2017 with the number of students enrolled in the international cursus rising from 0% to 34%.

CESR can be applied in any hospitality school. You just have to want to...

VATEL Bordeaux is the only French hospitality school where the professional teaching facilities have obtained the EU Ecolabel certification and proposes that any other school that has started or plans to undertake a CESR approach contact us in order to create an international association of CESR hospitality schools to share best practice.

Economies d'énergie (90% de LED), énergies durables (électricité 100% énergie verte), panneaux solaires pour l'eau chaude, réduction et valorisation des déchets (Système Castalie pour affiner l'eau, collecte des déchets organiques), lutte contre l'obsolescence (ordinateurs recyclés pour une ONG malgache), utilisation de produits et services à impacts réduits sur l'environnement et la santé (linge certifié Oeko-tex, équipements informatiques labellisés Energy Star), achats privilégiant les productions et les commerces bio locaux et régionaux, optimisation des transports des étudiants et des enseignants (tram, utilisation du vélo, covoiturage), actions tournées vers l'économie sociale et solidaire (nettoyage du linge par un établissement employant des personnes handicapées, collecte des bouchons de liège pour « Agir Cancer Gironde » et des mégots de cigarette par Easytri pour les recycler), installations adaptées à l'accueil des 4 handicaps (visuel, auditif, moteur, cérébral), telles sont quelques-unes des actions réalisées.

Les résultats dépassent les objectifs : l'hôtel VATEL Bordeaux est classé 4 étoiles le 1er juillet 2016, l'Ecolabel Européen est attribué le 7 juillet 2016 avec 43 points optionnels sur un minimum requis de 26, l'utilisation de la marque Tourisme et Handicap est accordée le 6 mars 2017.

Désormais toute la communauté VATEL Bordeaux, les étudiants, le staff, les enseignants, les clients, vivent la RS2E au quotidien.

Un « Monsieur RS2E » a été désigné pour la faire appliquer, des « Manuels de Formation Pratique Professionnelle » ont été édités (en format numérique !) pour que tous les étudiants sachent les compétences qu'ils doivent acquérir et les comportements qu'ils doivent adopter, des formations ont été organisées pour le personnel et les enseignants, les clients de l'hôtel et des restaurants sont informés de la démarche et invités à s'y associer, les partenaires professionnels également.

La RS2E est une démarche pédagogique globale innovante dans son concept et dans son application. Elle prépare les étudiants à une insertion rapide et efficace dans leurs futures fonctions de managers hôteliers, qu'il s'agisse d'intégrer les Départements RSE dont se sont dotées toutes les chaînes hôtelières et de restauration, ou les autres départements opérationnels ou fonctionnels qui doivent appliquer les principes de la RSE (marketing, ressources humaines, finances, etc.).

Des étudiants de VATEL Bordeaux sont déjà passés à l'acte (exemples) :

- Elodie SIMON a piloté avec succès l'Eco-labellisation Européenne de l'Hôtel Best Western Bandor à Belle-Ile (France)
- Benoît AUBIGNAT a fait le diagnostic de l'éco-labellisation du Hiva Oa Hanakee Pearl Lodge aux îles Marquises (Polynésie Française)
- Agathe ROGER a été l'instigatrice et la cheville ouvrière d'un menu 100% terroir au SW Restaurant à l'Hôtel Pullman de Toulouse (France)
- Coline GONZALEZ a étudié comment promouvoir l'emploi des personnes handicapées dans le secteur de l'hôtellerie - restauration

La RS2E est rentable. Si elle s'accompagne de la communication ad-hoc, elle favorise beaucoup le recrutement des jeunes étudiants très motivés par la démarche, en particulier les étudiants internationaux. VATEL Bordeaux a vu ses effectifs passer de 340 étudiants en 2014 à 670 en 2017, et les effectifs des classes internationales passer de 0% à 34%.

La RS2E peut être appliquée par toutes les écoles hôtelières. Il suffit de le vouloir.

VATEL Bordeaux, unique école hôtelière française dont les installations de formation professionnelle pratique ont reçu l'Ecolabel Européen, propose à toutes les écoles ayant déjà entrepris une démarche de type RS2E ou souhaitant s'y lancer, de nous contacter en vue de constituer l'Association Internationale des Ecoles Hôtelières RS2E.



INTERNATIONAL CONSUMERS in contemporary world – challenges and opportunities

CONSOMMATEURS INTERNATIONAUX dans un monde contemporain – challenges et opportunités



**Dr. Anna
SOBCZYK-KOLBUCH**

"The International environment is one of the most exciting, but challenging and demanding fields in the contemporary world. You need many, and various tools to fulfil its expectations. Knowledge about your client's behaviour is one of the keys to success, no matter the branch, you need it to conquer your target market. If you hesitate in getting this key, you will be conquered."

"The more you ask, the better knowledge you have got, but new questions appear in such a challenging environment as ours"

"L'environnement international est l'un des domaines les plus passionnantes, mais aussi stimulants et exigeants du monde contemporain. Vous avez besoin de nombreux outils pour répondre à ses attentes. La connaissance du comportement de votre client est l'une des clés du succès, peu importe la branche, vous en avez besoin pour conquérir votre marché cible. Si vous avez du mal à obtenir cette clé, vous serez perdant."

"Plus vous posez de questions, meilleures sont vos connaissances, mais de nouvelles questions apparaissent dans un environnement aussi difficile que le nôtre."

Contemporary world is extremely demanding for both entrepreneurs and consumers. Rapid changes in consumers' needs and wants, the rapid rate of everyday life, technological development influences both groups of interests and what is even more important – have both advantages and disadvantages. And there is little time to make mistakes, especially if you want to succeed as an entrepreneur on the international market. Students at Katowice School of Economics are eager to extend beyond the domestic market. They would like to work in a very international environment.

As an academic teacher I often meet students from different countries, cultures and with different experience or background. All of them have specific expectations about their leisure time activities, destination offers and marketing tools that are addressed towards them by companies in tourism. There are some similarities, but there are also differences in their approach towards marketing offers they can obtain on the market. One of them, both similar in some ways and different in other aspects is their pro-ecological attitude. How do I know it?

This answer is actually very simple – by marketing research that I can manage during my teaching experience abroad. As a participant of Erasmus+ programme at Katowice School of Economics I am able to travel to other EU countries to many universities where I meet my colleagues and most importantly students and where we can exchange our knowledge, experience and ideas about different issues connected with marketing, economics and management.

We can share our common experience and knowledge, find differences and discuss the ways to improve our market approach in future. For me, as a teacher and a researcher at the same time, this is extremely effective and fruitful in my everyday work.

Students often ask me how much time and effort I need to

*L*e monde contemporain est extrêmement exigeant pour les entrepreneurs et les consommateurs. Les changements rapides dans les besoins et dans les désirs des consommateurs, le rythme frénétique de la vie quotidienne mais aussi le développement des technologies influencent les deux groupes d'intérêts et, encore plus important – ont tout deux des avantages et des inconvénients. De plus, il y a peu de temps pour faire des erreurs, surtout si vous voulez réussir en tant qu'entrepreneur sur le marché international. Les étudiants de l'école d'économie Katowice School of Economics sont désireux de s'étendre au-delà du marché intérieur. Ils aimeraient travailler dans un environnement très international.

En tant que professeur d'université, je rencontre souvent des étudiants de différents pays, de différentes cultures et avec une expérience ou un passé différents. Tous ont des attentes spécifiques sur leurs activités de loisirs, leurs offres de destinations et leurs outils marketing qu'ils reçoivent des entreprises du tourisme. Il y a quelques ressemblances, mais il y a aussi des différences dans leur approche à l'égard des offres de marketing qu'ils peuvent obtenir sur le marché. L'un d'eux, en tout point similaire à l'autre sur un point, et en tout point différent sur d'autres points, est leur attitude pro-biologique. Comment je sais ça ?

C'est tout simple. C'est de la recherche en marketing que j'ai pu mener au cours de mes années d'enseignement à l'étranger. En tant que participante d'un programme ERASMUS+ à la Katowice School of Economics j'ai la possibilité de voyager dans d'autres pays de l'UE à d'autres universités où je peux rencontrer des collègues et surtout, des étudiants, avec qui je peux échanger, sur nos connaissances, notre expérience et nos idées de différents aspects qui ont à voir avec le marketing, l'économie et le management.

Nous pouvons partager notre expérience commune et nos connaissances, trouver des différences et parler d'améliorer notre approche du marché dans le futur. Pour moi, en tant que professeur et en tant que chercheuse, c'est extrêmement productif et prolifique dans mon travail quotidien.

Mes étudiants me demandent souvent de combien de temps et d'efforts j'ai besoin pour préparer mes recherches et les mener à une échelle internationale. La réponse n'est pas si simple, car cela dépend d'une variété de facteurs, du nombre de réponses nécessaires pour atteindre les objectifs du sondage de recherche, de leurs attitudes envers la recherche en marketing (qui diffère en fonction de leur âge, culture, pays et expérience antérieure) et bien sûr des connaissances qu'ils ont sur la question du projet de recherche. Mais si vous avez un objectif clair, vous trouverez toujours un moyen d'y arriver. Si vous ne voulez pas, vous trouverez toujours des excuses. Moi, je préfère la première approche et j'essaie d'utiliser judicieusement le potentiel de mes groupes cibles. Mais j'ai aussi besoin de fonds – et sur cet aspect, voici quelque chose qui pourrait aussi vous aider.

prepare the research proposal and conduct the research internationally. The answer is not so simple, because it depends on a variety of factors, from the number of respondents required to fulfil the goals of the research survey, their attitudes toward marketing research (that differs depending on their age, culture, country and previous experience) and of course the knowledge they have in the matter of the research project. But if you want to do something, you will always find a way. If you do not want to, you will try to find excuses. I prefer the first approach and I try to use wisely the potential of my target groups. I also need funds – and here there is something that might help you too.

Due to the possibilities given by the Erasmus+ Programme I was able to conduct my research amongst students and consumers in many European countries. I have been doing the research (on different subjects) since 2007, so it is already over ten years of experience, ideas, more questions and new opportunities. All that experience opened my mind for new solutions. I could discuss them with other lecturers and researchers in other EU countries that is one of the most effective and creative way to get the ideas. Furthermore, these ideas that are important, and obvious in one part of Europe, are not necessarily so obvious for other parts. Sharing experience is the most valuable way to find marketing solutions within contemporary markets in building marketing strategies for companies in tourism and other branches.

In tourism, but also in other fields nowadays sustainable marketing is very important. The ideas and tools that are used by companies to promote sustainability, influence our lives and give us hope for a better future. As consumers we feel the natural need to protect the environment and nature. On the other hand, there are some differences between ecological perception by young consumers in Poland, Germany, the UK, Czech Republic, Slovenia, Croatia, Finland, Denmark or Belgium. There are also some common issues that are very similar amongst all Europeans, as recycling, environment protection or building the pro-ecological awareness in local society. If you would like to learn more about this subject or you are eager to combine our efforts on international marketing research, please contact me by email:

annask@gwsh.pl

Grâce aux possibilités offertes par le programme Erasmus +, j'ai pu mener mes recherches auprès des étudiants et des consommateurs dans de nombreux pays européens. Je fais de la recherche (sur différents sujets) depuis 2007, ça fait donc déjà plus de dix ans d'expérience, d'idées, de questions et de nouvelles opportunités. Toute cette expérience m'a ouvert l'esprit à de nouvelles solutions. Je pourrais en discuter avec d'autres conférenciers et chercheurs dans d'autres pays de l'UE, ce qui est l'un des moyens les plus efficaces et les plus créatifs d'obtenir ces idées. De plus, ces idées qui sont si importantes et évidentes dans une partie de l'Europe ne le sont pas nécessairement ailleurs. Le partage d'expérience est le moyen le plus précieux pour trouver des solutions de marketing au sein du marché contemporain dans la construction de stratégies de marketing pour les entreprises dans le tourisme et dans d'autres secteurs.

De nos jours, dans le tourisme mais aussi dans d'autres domaines, le marketing durable est très important. Les idées et les outils qui sont utilisés par les entreprises pour promouvoir la durabilité, influencer nos vies et nous donner l'espérance d'un avenir meilleur. En tant que consommateurs, nous ressentons le besoin naturel de protéger l'environnement et la nature. D'un autre côté, il existe des différences entre la perception écologique des jeunes consommateurs en Pologne, en Allemagne, au Royaume-Uni, en République tchèque, en Slovénie, en Croatie, en Finlande, au Danemark ou en Belgique. Il y a aussi des problèmes communs qui sont très similaires chez tous les Européens, comme le recyclage, la protection de l'environnement ou le renforcement de la conscience pro-écologique dans la société locale. Si vous souhaitez en savoir plus sur ce sujet ou si vous souhaitez combiner nos efforts sur la recherche marketing internationale, veuillez me contacter par email:

annask@gwsh.pl



ABOUT THE AUTHOR

Dr Anna Sobczyk-Kolbuch is an alumni of Katowice School of Economics and University of Economics in Cracow. She has been a lecturer at KSE since 1997 up to a present moment and she has been teaching mostly marketing, marketing management, international marketing and marketing research. She is a member of Polish Economics Society in their department in Katowice.

Since 2017 she is also the Dean of International Affairs and Research Development and within her responsibilities lie building new study programmes in English that are addressed towards both Polish and international students from many different countries. Her vast marketing knowledge and experience on international market (she gives lectures in many countries in Europe within Erasmus+ programme) helps to prepare the studies at Katowice School of Economics for students with broad range of expectations.

Contact: annask@gwsh.pl • www.gwsh.pl

À PROPOS DE L'AUTEUR

Dr Anna Sobczyk-Kolbuch est alumni de l'École d'économie de Katowice et de l'Université d'économie de Cracovie. Elle est conférencière à KSE depuis 1997 et elle enseigne principalement le marketing, la gestion du marketing, le marketing international et la recherche en marketing. Elle est membre de la Polish Economics Society dans son département à Katowice.

Depuis 2017, elle est également doyenne des affaires internationales et du développement de la recherche. Dans le cadre de ses responsabilités, elle élabore de nouveaux programmes d'études en anglais destinés aux étudiants polonais et internationaux de nombreux pays. Ses vastes connaissances en marketing et son expérience sur le marché international (elle donne des conférences dans de nombreux pays d'Europe dans le cadre du programme Erasmus+) aident à préparer les études à la Faculté d'économie de Katowice pour les étudiants aux attentes très diverses.

Contact: annask@gwsh.pl • www.gwsh.pl



HOTEL & TOURISM
BUSINESS SCHOOL

Ubiquitous First Impressions and Ubiquitous Awareness in Hospitality

La première impression et l'image prédominante de l'Hôtellerie

First impressions matter. Brief interactions with people we do not know occur everywhere; how we evaluate each other can have profound effects. When we meet somebody for the first time, we quickly form an impression based on the person's spoken words and nonverbal behaviour (tone of voice, gaze, facial expressions, and body posture); this impression in turn guides our behaviour. First impressions in the workplace can affect outcomes like being hired or promoted, and positive impressions are critical in sectors of the economy like sales, service, and hospitality, where employees are frequently evaluated, rewarded, and advanced in their careers based on the positive impressions they convey. Clients judge the quality of service based on their impressions about the service provider -- how friendly or competent or helpful the person is.

Research in organizational psychology and nonverbal communication has revealed some of the connections between nonverbal behaviour and impressions in the workplace. However, and despite the fact that impressions at work are ubiquitous, much of the existing generated in this domain has been produced in the laboratory, for single situations, and based on single interactions. Furthermore, one of the key goals of this work -- how to make these research results useful for training and improvement of skills by service employees -- has been missing given the lack of collaborations between academia and the service and hospitality industry to systematically study first impressions in the real world, integrating state-of-the-art technology to analyse behaviour, and embedding the technology with the employee training process.

This is what the Swiss UBImpressed project set out to achieve through a multidisciplinary research approach involving experts in social computing (Prof. Daniel Gatica-Perez, Idiap Research Institute), organizational psychology (Prof. Marianne Schmid Mast, University of Lausanne), computer vision (Dr. Jean-Marc Odobezi, Idiap Research Institute), and ubiquitous



Les premières impressions comptent. De brèves interactions avec des personnes que nous ne connaissons pas se produisent partout; comment nous nous évaluons les uns les autres peut avoir un impact profond. Lorsque nous rencontrons quelqu'un pour la première fois, nous formons rapidement une impression basée sur les mots parlés et le comportement non verbal de la personne (ton de la voix, regard, expressions faciales et posture du corps); cette impression guide à son tour notre comportement. Les premières impressions sur le lieu de travail peuvent avoir des répercussions sur l'embauche ou la promotion, et des impressions positives sont essentielles dans des secteurs tels que la vente, le service et l'hôtellerie, où les employés sont fréquemment évalués, récompensés et promus dans leur carrière selon les impressions positives qu'ils véhiculent. Les clients jugent la qualité du service en fonction de leurs impressions sur le fournisseur de services - à quel point la personne est amicale, compétente ou serviable.

La recherche en psychologie organisationnelle et en communication non verbale a révélé certains liens entre le comportement non verbal et les impressions sur le lieu de travail. Cependant, et malgré le fait que les impressions au travail sont omniprésentes, une grande partie de l'existant généré dans ce domaine a été produite en laboratoire, pour des situations uniques, et sur la base d'interactions uniques. En outre, l'un des principaux objectifs de ce travail - comment rendre ces résultats de recherche utiles pour la formation et l'amélioration des compétences des employés de service - a été manquant étant donné le manque de collaboration entre les universités et le secteur des services et de l'hôtellerie. Dans le monde réel et actuel, mettre en place une technologie de pointe pour analyser les comportements et ainsi intégrer cette technologie dans le processus de formation des employés est systématiquement utilisé.

C'est ce que le projet suisse UBImpressed s'est proposé de faire à travers une approche de recherche pluridisciplinaire impliquant des experts en informatique sociale (Prof. Daniel Gatica-Perez, Institut de Recherche Idiap), psychologie organisationnelle (Prof. Marianne Schmid Mast, Université de Lausanne), vision par ordinateur (Dr Jean-Marc Odobezi, Institut de Recherche Idiap), et l'informatique omniprésente (Prof. Tanzeem Choudhury, Université Cornell), en collaboration avec Vatel Suisse.

Le projet, soutenu par le Fonds national suisse de Sciences, a intégré la recherche en communication non verbale avec intelligence artificielle et détection omniprésente (caméras et microphones dans l'environnement physique et sur les dispositifs portables, voir Figure 1) pour atteindre trois objectifs:

- Comprendre les comportements non verbaux liés à la transmission de premières impressions positives dans deux situations clés de l'industrie hôtelière: les entretiens d'embauche et les interactions à la réception.



computing (Prof. Tanzeem Choudhury, Cornell University), in collaboration with Vatel Switzerland.

The project, supported by the Swiss National Science Foundation, integrated nonverbal communication research with artificial intelligence and ubiquitous sensing (cameras and microphones in the physical environment and on wearable devices, see Figure 1) to achieve three goals:

- Understand what nonverbal behaviours are related to conveying positive first impressions in two key situations in the hospitality industry: job interviews and reception desk interactions.
- Understand what types of first impressions can be automatically inferred by computers from behaviour extracted using the video and audio data of the recorded interactions between hospitality students and interviewers in the job interview case, and with customers in the reception desk case.
- Understand how positive first impressions of students in the hospitality school setting can be trained, by integrating expert knowledge with automatic analysis and visualization technologies, with the ultimate goal of generating feedback strategies to support hospitality management students.

The project was developed between 2013 and 2017, and involved the enthusiastic participation of 100 bachelor students of Vatel Switzerland, who volunteered to participate in experiments in which they practiced job interviews and interactions with clients at the reception desk (see Figure 2).

The work in the UBImpressed project has advanced the state of the art regarding nonverbal communication and automated analysis of human behaviour, and opened new research directions with impact in psychology, computer science, and hospitality. In particular, the partnership with Vatel has resulted in a number of ecologically valid analysis of first impressions for students for whom favourable first impressions are critical for success. Furthermore, it allowed the design of new machine perception techniques to extract behavioural features and make automatic predictions about first impressions, and to take first steps towards embedding these technologies into training strategies to be used by young people interested in improving their soft skills. More information is available at

<http://www.idiap.ch/project/ubimpressed>



- Comprendre quels types de premières impressions peuvent être automatiquement déduits par les ordinateurs du comportement extrait à l'aide des données vidéo et audio des interactions enregistrées entre les étudiants en hôtellerie et les interviewers, dans le cas d'entretien d'embauche, et avec les clients dans le cas d'une interaction à la réception.

- Comprendre comment les premières impressions positives des étudiants dans le cadre de l'hospitalité peuvent être formées, en intégrant des connaissances d'experts avec des technologies automatiques d'analyse et de visualisation, dans le but ultime de générer des stratégies de rétroaction pour soutenir les étudiants en gestion hôtelière.

Le projet a été développé entre 2013 et 2017 et a impliqué la participation enthousiaste de 100 étudiants de Vatel Suisse, qui se sont portés volontaires pour participer à des expériences dans lesquelles ils ont pratiqué des entretiens d'embauche et des interactions avec les clients (voir Figure 2).

Le travail dans le projet UBImpressed a amené une avancée dans la communication non verbale et l'analyse automatisée du comportement humain, et a ouvert de nouvelles directions de recherche avec un impact en psychologie, en informatique et en hospitalité. En particulier, le partenariat avec Vatel a abouti à un certain nombre d'analyses écologiquement valables des premières impressions pour les étudiants pour qui les premières impressions favorables sont essentielles pour leur succès. En outre, il a permis de concevoir de nouvelles techniques de perception des machines pour extraire les caractéristiques comportementales et faire des prédictions automatiques sur les premières impressions, et de commencer à intégrer ces technologies dans les stratégies de formation des jeunes intéressés à améliorer leurs compétences.

Plus d'informations sont disponibles sur
<http://www.idiap.ch/project/ubimpressed>.

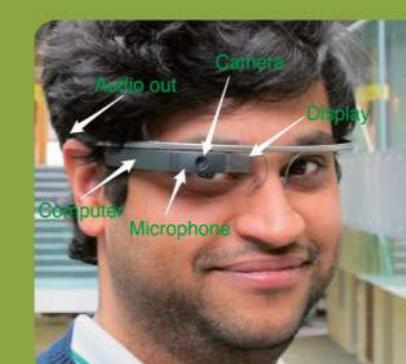


Figure 1. Google Glass can be used as a wearable prototype to measure behaviour and give feedback in social interaction.

Figure 1. Une Google Glass peut être utilisée comme un prototype portable pour mesurer le comportement et donner des commentaires sur l'interaction sociale.



Figure 2. A student from Vatel Switzerland participates in a reception desk interaction. A multi-microphone array device (on the right, next to the phone) and a Kinect video device (on the left) are used to capture the audio and video of the interaction with the client.

Figure 2. Une étudiante de Vatel Suisse participe à une simulation avec la réception. Un dispositif de matrice composée d'un multi-microphone (sur la droite, à côté du téléphone) et un périphérique vidéo Kinect (sur la gauche) sont utilisés pour capturer le son et l'image de l'interaction avec le client.

EMPLOYER BRANDING in the educational sector

L'IMAGE DE MARQUE DE L'EMPLOYEUR dans le secteur de l'éducation



**Msc. Marta
ADAMCZYK**
Director of Organisation
and Development
Directrice d'Organisation
et de Développement

"A university as an enterprise is a complicated organisation with many issues and groups of stakeholders. University, in terms of marketing strategies, is still a company that needs to be promoted and its most valuable asset is brand. That's why branding strategies are key factors for successful existence in educational sector"

"Une université en tant qu'entreprise est une organisation complexe avec de nombreux problèmes et plusieurs groupes d'acteurs. L'université, en termes de stratégies de marketing, est toujours une entreprise qui doit être promue et son atout le plus précieux est la marque. C'est pourquoi les stratégies de marque sont des facteurs clés pour une existence réussie dans le secteur de l'éducation."

All universities worldwide, no matter if they are in public or non-public sector, must think about their marketing image among potential students, actual students and alumni. Building the successful brand for every university is a long-term process with a lot of effort on not only teaching staff, but also administration employees, who look after university students while they are studying at the university.

On one hand we have students with their expectations, on the other hand authorities and educational law that must be executed. There are also other stakeholders – the employers who will evaluate the graduates in a real environment. Moreover, there is a group of stakeholders that can be used or attracted by a university brand, who in due course can develop and create added values into the brand strategy. This group we can find in the labour market – I mean the potential employees, who might be interested in cooperation with a strong, well known and widely recognised University, where they can spread their wings in terms of their profession as teachers, lecturers, researchers or administrative employees. For this group we need

Toutes les universités du monde entier, qu'elles appartiennent au secteur public ou non, doivent réfléchir à leur image de marketing auprès des étudiants potentiels, des étudiants actuels et des alumni. Construire une marque couronnée de succès pour chaque université est un processus à long terme qui exige beaucoup d'efforts, non seulement du personnel enseignant, mais aussi des employés de l'administration, qui s'occupent des étudiants universitaires pendant leurs études à l'université.

D'une part nous avons des étudiants avec leurs attentes, d'autre part des autorités et des lois éducatives qui doivent être respectées. Il y a aussi d'autres intervenants – les employeurs qui évalueront les diplômés dans un environnement réel. De plus, il existe un groupe de parties prenantes qui peut être utilisé ou attiré par une marque universitaire, qui en temps voulu peut développer et créer des valeurs ajoutées dans la stratégie de marque. Ce groupe que nous pouvons trouver sur le marché du travail - je veux parler des employés potentiels, qui pourraient être intéressés par la coopération avec une université forte, bien connue et largement reconnue, où ils peuvent déployer leurs compétences en tant qu'enseignants, conférenciers, chercheurs ou employés admi-

to develop employer branding strategy that is very important also in the educational sector, especially for a non-public university as Katowice School of Economics.

The strength of any brand is only as strong as company's employees – in this case university employees. So how can we ensure that valuable employees choose us as their employer?

How to build an employer brand? Creating a positive image of the company as an employer in the eyes of key stakeholders is very difficult, especially in a multicultural environment.

Employer branding at a university has to focus on key factors for potential employees, like University market recognition, rankings, students and alumni opinions and feedback from employers who deal with university alumni in the labour market.

The topic that is very important in the non-public sector, is the field of education for Katowice School of Economics as a Director of Organisation and Development I have tried to research this issue for some time now. I have noticed that the local market, even the domestic market in these issues connected to employer branding can be not enough to obtain success. That problem can be solved by extending the research to the international market, and due to the Erasmus+ Programme run at Katowice School of Economics I will find new ways of observing good practices in other European universities. Sharing experience and observation, as well as discussions with other universities' employees and students are great opportunities to understand the mechanism of employer branding strategies, that might be implemented later in our own University.

If you would like to share this topic and your University experience, please contact me by email:

marta.adamczyk@gwsh.pl

nistratifs. Pour ce groupe, nous devons développer une stratégie de marque employeur qui est très importante également dans le secteur de l'éducation, en particulier pour une université non publique comme Katowice School of Economics.

Les employés de l'entreprise – ici, de l'Université – sont ceux qui font la force de la marque. Alors, comment pouvons-nous nous assurer que des employés de valeur nous choisissent comme employeur?

Comment construire une marque employeur? Créer une image positive de l'entreprise en tant qu'employeur aux yeux des principales parties prenantes est très difficile, en particulier dans un environnement multiculturel.

L'image de marque d'une université doit se concentrer sur les facteurs clés pour les employés potentiels, comme la reconnaissance du marché universitaire, les classements, les opinions des étudiants et des alumni et les commentaires des employeurs qui traitent avec les diplômés universitaires sur le marché du travail.

Le sujet le plus important dans le secteur non public est le domaine de l'éducation. Pour l'école d'économie de Katowice, en tant que directrice de l'organisation et du développement, j'ai essayé de faire des recherches sur cette question depuis un certain temps. J'ai remarqué que le marché local, même le marché intérieur dans ces questions liées à l'image de marque de l'employeur peut être insuffisant pour réussir. Ce problème peut être résolu en étendant la recherche au marché international et, grâce au programme Erasmus + de la Katowice School of Economics, je vais pouvoir trouver de nouvelles façons d'observer les bonnes pratiques dans d'autres universités européennes. Partager des expériences et des observations, ainsi que des discussions avec les employés et les étudiants d'autres universités sont de grandes opportunités pour comprendre le mécanisme des stratégies d'image de marque de l'employeur, qui pourrait être mis en œuvre plus tard dans notre propre université.

Si vous souhaitez partager sur ce sujet et sur l'expérience de votre université, veuillez me contacter par email:

marta.adamczyk@gwsh.pl



ABOUT THE AUTHOR

Mrs. Marta Adamczyk is an alumni of Katowice School of Economics and Jagiellonian University in Cracow. She is a long-term lecturer of subjects in the field of human resources management, marketing management and labour market.

Since 2006 she has also been a manager and for recent four years she has been holding a position of a Director of Organisation and Development at Katowice School of Economics.

Contact: marta.adamczyk@gwsh.pl • www.gwsh.pl

À PROPOS DE L'AUTEUR

Mrs. Marta Adamczyk est alumni de la Katowice School of Economics et de la Jagiellonian University de Cracovie. Elle est conférencière depuis de nombreuses années dans le domaine de la gestion des ressources humaines, de la gestion du marketing et du marché du travail.

Depuis 2006, elle est également manager et, depuis quatre ans, elle occupe un poste de Directrice de l'Organisation et du Développement à la Katowice School of Economics.

Contact: marta.adamczyk@gwsh.pl • www.gwsh.pl



Seville 2017

24TH EURHODIP CONFERENCE



Foto from Turismo de Sevilla

OFFICIAL OPENING OF THE CONFERENCE

The opening ceremony was led by:

- Mr. Luis de LEZAMA, President of Grupo Lezama, Escuela Superior de Hostelería de Sevilla
- Mr. Muñoz, Delegate of Tourism of Seville
- Drs Cees van der Klip, President of Eurhodip

CÉRÉMONIE D'OUVERTURE DE LA CONFÉRENCE

La cérémonie d'ouverture de la conférence réunissait :

- M. Luis de LEZAMA, Président du Groupe Lezama, Escuela Superior de Hostelería de Sevilla
- M. Muñoz, Délégué au Tourisme de la mairie de Séville
- Drs Cees van der Klip, Président d'Eurhodip



MR. LEZAMA PRESIDENT OF GRUPO LEZAMA

We could highlight a few extracts of Mr. LEZAMA's speech

It pleases me to welcome you all to this incomparable city, Seville. The city of 3 cultures that in 1492- XV Century- was linked with the discovery of the new world."

"No wonder the 10th Century Poet, Al Maquaric, said,"If you are searching for birds milk, you will only find it in Sevilla"."

"Those of us who have spent many years in EURHODIP have travelled the world searching for the concern of being servants of our culture for all"

"EURHODIP has been the juncture that has opened the doors of our hotel and tourism world. EURHODIP has worked on people and heritage. It has enriched our diversities and made familiar the professional centres of our respective countries."

"...in this association we are very worried about not losing our identity in the globalization of Europe. What will be of me since I am a small country? However, I would say that schools must be more self-identified because uniqueness is what distinguishes and enriches us. (...) There is nothing sadder than an innovation of the Nouvelle Cuisine made by photocopy and absent from the market kitchen, the seasonal product, the texture of elaboration and cooking, the pairing of wines that are close to the product, the region and the country in which we act. Paul Bocuse insisted: market, market, market."

"Well, this is the milk. I would say the bad milk of the birds that live in the tree of EURHODIP and that you have found in Seville."

Nous pourrions citer quelques passages du discours de bienvenue de M. LEZAMA.

« J'ai le plaisir de vous recevoir dans ce cadre incomparable qu'est Séville, la ville des trois cultures, où la conjoncture de 1492 - du XVème siècle - était à l'origine de la découverte du nouveau monde.»

« Je ne suis pas du tout surpris que le poète du Xème siècle Al Maquarie ait dit: "Si vous cherchez le lait des oiseaux, il n'y a qu'à Séville que vous le trouverez." »

« Ceux qui sommes depuis de nombreuses années à EURHODIP avons parcouru le monde en serviteur de notre culture. »

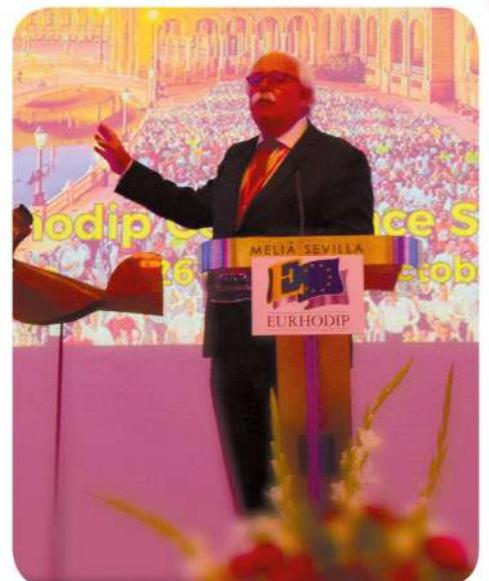
« EURHODIP a été la conjoncture qui a permis d'ouvrir les portes de notre monde d'hôtellerie et de tourisme. EURHODIP a travaillé pour les personnes et pour le patrimoine. Elle a enrichi nos diver-

sités et a rendu familiers les centres professionnels de nos pays associés respectifs. »

« ... dans une association, nous sommes très soucieux de ne pas perdre notre identité dans la massification de l'Europe. Qu'en sera-t-il de moi, petit pays ? Mais je voudrais vous dire que les écoles doivent avoir une identité propre plus marquée car la singularité est ce qui nous distingue et ce qui nous enrichit. (...) Rien de plus triste qu'une innovation de la Nouvelle Cuisine faite à la photocopieuse et sans aller faire son marché, avec des produits de saison, la texture de l'élaboration et de la cuisson, les accords de vins proches du produit, de la région et du pays. Paul Bocuse insistait bien là-dessus: le marché, le marché, le marché. »

« Et bien ça c'est le lait, je dirais même la crème des oiseaux qui vivent dans l'arbre d'EURHODIP et que vous avez trouvé à Séville. »

CEES VAN DER KLIP PRESIDENT OF EURHODIP



Cees van der Klip, the president of Eurhodip, thanked the President of Grupo Lezama, Mr. Luis LEZAMA and the Director of the Escuela Superior de Hostelería de Sevilla Pedro OLIVER for offering a new Eurhodip conference that capitalizes on our strengths.

In his speech, Dr. van der Klip said that it was the first Eurhodip Conference of a new series of annual academic conferences exploring how new models of business could be effectively utilized in teaching, learning, and educational administration. He added that for many years, Eurhodip had been organizing conferences that benefit our member schools and school leaders.

Concerning innovation, he spoke about the 1st Eurhodip Startup Challenge, a new student's competition in which creativity and higher order thinking will be important elements for a highly interesting competition for all participating students and their schools.

Cees van der Klip, Président d'Eurhodip a remercié le Président du Groupe Lezama, M. Luis LEZAMA ainsi que le directeur de l'École Supérieure d'Hôtellerie de Séville Pedro OLIVER pour offrir une conférence Eurhodip d'un nouveau genre, capitalisée sur les forces de l'association.

Dans son discours, M. van der KLIP a mentionné que c'était la première Conférence d'une nouvelle série de conférences annuelles académiques explorant de nouveaux modèles d'affaires pouvant être utilisés dans l'enseignement, dans l'apprentissage et dans l'administration éducative. Il a ajouté que pendant plusieurs années Eurhodip avait organisé des conférences au bénéfice des membres et des écoles leaders.

En ce qui concerne l'innovation, il a parlé du 1er Eurhodip Start Up Challenge, une nouvelle compétition d'étudiants dans laquelle la créativité et la réflexion seront des éléments importants pour la compétition à laquelle participent de nombreux étudiants et leurs écoles.

TOPICS & SPEAKERS

This year, the theme of the conference was



TOURISM AND HISTORICAL HERITAGE

New models of business for the 21st century

Letter from MR. SCHLEICHER

DIRECTOR OF EDUCATION AND SKILLS OF THE OECD

Schools are not just places where students acquire academic skills, they are also the first place where children experience society in all its facets, and those experiences can have a profound influence on students' attitudes and behavior in life. PISA is best known for its data on learning outcomes, but its 2015 edition studied the wellbeing of students more broadly. For a start, it found that students in "happy" schools reported much greater support from their teachers than students in "unhappy" schools. This is important. Teenagers look for strong social ties and value acceptance, care and support from others. And adolescents who feel that they are part of a school community are more likely to perform better academically and be more motivated in school.



relations sociales, valorisent l'accord, l'attention et l'appui des autres. Les adolescents qui se sentent faire partie d'une communauté éducative ont plus de chances de mieux marcher en termes académiques et d'être plus motivés à l'école.

En règle générale, dans les pays de l'OCDE, les filles affirment être plus angoissées par rapport au travail scolaire que les garçons. Cette angoisse liée au travail scolaire, aux devoirs à faire à la maison et aux contrôles a un impact négatif sur les résultats. Il est intéressant de noter que les données ne montrent aucun lien avec la fréquence de tests. Mais les étudiants ont dit qu'ils éprouvaient moins d'angoisse si le professeur les aide individuellement quand ils sont en difficulté.

La perception des étudiants quant à la façon dont les parents s'intéressent à eux et à leur vie académique est aussi liée à leur propre attitude envers l'éducation et à leur motivation pour étudier. Si parents et professeurs établissent des relations basées sur la confiance, les écoles peuvent compter sur les parents comme de précieux appuis pour l'éducation cognitive et socio-émotionnelle de leurs étudiants. Les défis liés au bien-être des étudiants sont nombreux, et il n'existe pas de solution facile. Mais les conclusions du rapport PISA montrent comment les professeurs enseignent et les parents peuvent faire une vraie différence. »

MR. DE LA SOTA

INTERNATIONAL BUSINESS MANAGER

Ramón is an entrepreneur with over 16 years' experience in business transformation, innovative growth strategies, and turnarounds and restructurings. He holds a BA in International Business Management from the University of Newcastle-upon-Tyne, an MBA from INSEAD, and graduated from the GSP at Singularity University.

Barriers to entry are coming down in the majority of industries faster than we could ever imagine. The average lifespan of an S&P 500 company has decreased from 67 years (1920's) to just 15 years today, and 89% of the Fortune 500 companies from 1955 are not on the list today. All sectors of our economy will be affected, not least the hospitality and tourism education sector, and companies operating within these sectors will have to transform themselves or risk becoming disrupted and perishing in the near future. Much in the same way, (...) individuals too, will also have to adapt, become agile, and find new ways of learning and working. Not all is gloom and doom. Technology will empower individuals like never before, creating new opportunities, and could even make an abundant future for all.

Against this backdrop, Ramón de la Sota's presentation, talked about:

The difference between "Linear vs. Exponential", "Innovation vs. Disruption", What "Singularity" is, "How sectors are being disrupted by new incumbents", "The shift in power from governments and companies towards individuals", "Leveraging exponential technologies" and "How do we make sense of all this, what impact might it have on us, and how we prepare for the future from a business, public and personal perspective".



Ramón est un entrepreneur avec plus de 16 ans d'expérience dans le monde de la transformation des affaires, des stratégies de croissance innovantes, et des redressements et des restructurations. Il est titulaire d'un BA en gestion des affaires internationales de l'Université de Newcastle-upon-Tyne, d'un MBA de l'INSEAD et d'un diplôme du GSP de la Singularity University.

Les barrières à l'entrée diminuent plus rapidement que nous ne l'aurions jamais imaginé dans la plupart des industries. La durée de vie moyenne d'une entreprise du S&P 500 est passée de 67 ans (1920) à seulement 15 ans aujourd'hui, et 89% des sociétés Fortune 500 de 1955 ne figurent pas sur la liste aujourd'hui. Tous les secteurs de notre économie seront touchés, notamment le secteur de l'hôtellerie et de l'éducation en tourisme, et les entreprises opérant dans ces secteurs devront se transformer ou alors elles risquent de s'en voir affectées dangereusement. De même, les individus (...) devront également s'adapter, devenir agiles et trouver de nouvelles façons d'apprendre et de travailler. Mais tout n'est pas sombre. La technologie permettra aux individus comme jamais auparavant, de créer de nouvelles opportunités.

Dans ce contexte, la présentation de Ramón de la Sota a parlé de:

La différence entre «Linéaire Vs Exponentiel», «Innovation Vs. Disruption», Qu'est-ce que la «Singularity», «Comment les secteurs sont perturbés par ces nouveaux facteurs», «Changement du pouvoir : des gouvernements et des entreprises vers les individus», «Influence exponentielle de la technologie» et «Comment pouvons-nous donner un sens à tout cela, quel impact sur nous, et comment se préparer à l'avenir d'un point de vue commercial, public et personnel ».

MR. BARÓN

EX-PRESIDENT OF THE EUROPEAN PARLIAMENT

In his presentation, Mr BARÓN said that Europe is built from the dialog and the work between citizens of different cultures and countries. No activity is more suitable than the tourism, hotel and catering business to bring peace and a sense of community to express the European excellent creative capacity. He mentioned that it is not a question of showing and defending only the gastronomic, hotel or landscape assets. The hotel and catering industries are highly competitive activities, which integrate constantly the technological advances and help to the fight against the climate change. For all this, the education, the training and the innovation is of crucial importance of our youth in this field. Finally, he added that the institution of the European Union must rest and join forces of a sector characterized by its excellence and worldwide avant-garde role.



Dans sa présentation, M. BARÓN a dit que L'Europe se construit à partir de la rencontre, du dialogue et du travail entre les citoyens de différentes cultures et pays. Aucune activité n'est plus appropriée que le tourisme comme industrie de la paix et l'hôtellerie comme art de vivre pour exprimer l'excellente créativité européenne. Il a ajouté qu'il ne s'agissait pas seulement de présenter et défendre les actifs gastronomiques, hôteliers ou paysagers. Les secteurs hôteliers sont des activités extrêmement compétitives, qui intègrent continuellement les avancées technologiques et aident à lutter contre les changements climatiques. Par conséquent, l'éducation, la formation et l'innovation de notre jeunesse ont une importance décisive dans ce domaine. Il a conclu que les institutions de l'Union Européenne doivent soutenir et accompagner les efforts d'un secteur caractérisé par son excellence et son rôle d'avant-garde au niveau mondial.

MR. CARTAYA AND MR. ARANDA

TEACHERS OF THE ESHS



Mr. CARTAYA's presentation was based on the importance of the knowledge of the historical heritage in a Hotel and Catering or a Tourism School. He pointed out that a big part of the tourism is due to the art, the culture, the folk, and the gastronomy, the richest European cultural heritage. He mentioned that we have to transmit this heritage to guarantee his correct management for the future.



Mr. ARANDA insisted on the importance of transforming the knowledge of our students into a tool that allows them to take part of a job and business environment more and more competitive. In this field, he pointed out the role played by the technology. We have the responsibility of transmitting the innovation and the creativity in our formative programs. From the schools of EURHODIP we must train to be the origin of the industry and companies of the future.

La présentation de M. CARTAYA se basait sur l'importance des connaissances de l'héritage historique dans les écoles de Tourisme, d'Hôtellerie et de Restauration. Il a signalé qu'une grande partie du tourisme est liée à l'art, à la culture, au folklore et à la gastronomie, les plus grands éléments de la riche culture européenne. Il insistait sur l'importance de transmettre cet héritage afin de le gérer correctement.

M. ARANDA a insisté sur l'importance de transformer les connaissances de nos élèves en un outil leur permettant de prendre part au marché du travail de plus en plus compétitif. Sur ce point-là, il a souligné l'importance du rôle joué par les nouvelles technologies. Il a ajouté que nous avons la responsabilité de transmettre l'innovation et la créativité dans nos programmes formatifs. Comme écoles d'Eurhodip, nous devons nous entraîner pour être à l'origine de l'industrie et des entreprises du futur.

MRS. RODRÍGUEZ

MANAGER OF THE REAL ALCÁZAR



In her speech, Mrs Rodriguez spoke about the complexity of the Royal Alcazar of Seville. First of all the complexity as Patrimony of the UNESCO, secondly, an administrative complexity, because the Real Alcazar is public and private. Then, the management due to the fact that it's also Royal residence, and finally, she spoke about the security of such an important monument.

Dans sa présentation, Mme Rodriguez a parlé de la complexité du Royal Alcazar de Séville. Premièrement, de sa complexité en tant que Patrimoine de l'UNESCO, deuxièmement de la complexité administrative car le Royal Alcazar est à la fois public et municipal. Ensuite, elle a mentionnée la complexité due au fait que l'Alcazar est également résidence Royale avant de terminer sur les questions de sécurité que requièrent un tel monument.

MR. LEZAMA

PRESIDENT OF GRUPO LEZAMA



THE SCHOOL OF THE FUTURE

Innovation is not usually the product of individuals who work in isolation, but a result of how we mobilize, share and connect knowledge. That is why schools need to prepare students for a world in which many people need to collaborate with other people of different cultural origins and consider different ideas, perspectives and values; a world in which people need to decide how to trust and collaborate in the midst of those differences; and a world in which issues that transcend national borders will affect their lives."

En général, l'innovation n'est pas le fruit du travail de personnes travaillant seules, mais bien le résultat d'une mobilisation, de partage et de connections de connaissances. C'est pour ces raisons que les écoles doivent préparer les étudiants pour un monde dans lequel beaucoup de gens doivent collaborer avec d'autres personnes de différentes origines culturelles, et considérer des idées, des perspectives et des valeurs différentes ; un monde dans lequel les gens doivent décider comment faire confiance et comment collaborer avec ces différences ; un monde dans lequel les affaires qui vont au-delà des frontières nationales affecteront leurs vies. »

Seville²⁰¹⁷

24TH EURHODIP CONFERENCE





WORKSHOPS

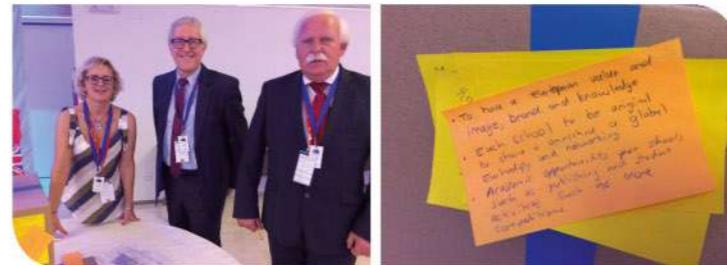
CHALLENGE A

To encourage an association ...

The first thing that we need to now is "what do we want to be".

What do Eurodip Schools expect?

Think about it taking your own and your peer's successes and mistakes, but contributing with a positive solution.



CHALLENGE B

What would you propose to promote the creation of a common exchange and knowledge board for Eurhodip schools.

Make an effort of empathy.

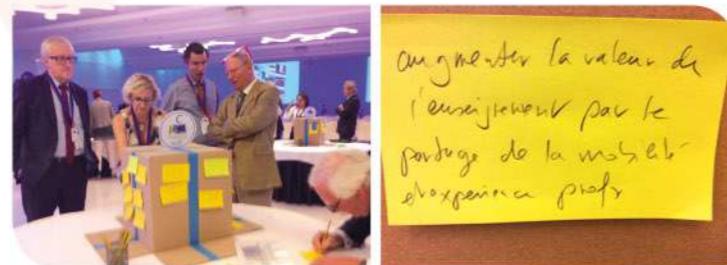
Think of your peers' points of view.



CHALLENGE C

What are the advantages of a common curriculum of all the members of Eurhodip and what steps do you think should be given for its implementation and sustainability

Try to give an answer with your mind, another with your heart and another with your imagination.



"Eurhodip talentus... the power of thinking together"

CHALLENGE D

What do you think about the present and the future of the Humanities subjects in Eurhodip Schools?

Think in a practical and realistic way, providing concrete and viable solutions.



CHALLENGE E

Point out 3 positive and 3 negative aspects of the Mooc's (Massive online open courses) Related to Eurhodip Schools Subjects.

Try to simplify and synthesise your proposal in no more than 20 words.



CHALLENGE F

What can you contribute to be more proactive and anticipate and propose improvements in Eurhodip.

Use your imagination, without limits but express it in a few words.



WORKSHOPS

Eurhodip Diploma in Tourism and Catering

EQF Level 4 – Operational Management / EQF Level 5 – Middle Management



Shyam Patiar

WHO IS THE COURSE FOR?

- The Eurhodip Diploma in Tourism and Catering has been developed to provide learners with the specific personal, professional and technical knowledge / skills to pursue their career at the operational / middle management level in any of the tourism and catering sectors such as; hotels, restaurant, bars, travel agencies and tour operators.

HOW YOU WILL STUDY?

- The objective of this qualification is to be suitable for Initial Vocational Education and Training (IVET) and Continuing Vocational Education and Training (CVET) learners. The course is delivered in units that are relevant to the subject and meet the needs of tourism and catering sector. Each unit is further divided into learning outcomes.

ENTRY REQUIREMENTS

- Minimum age requirement 18 years.
- Any tourism or catering qualification obtained at minimum EQF level 4 or equivalent.
- Any learners completing apprenticeship programme up to or equivalent to EQF level 3 or 4.
- Those learners without formal qualifications will be considered on an individual basis and a wide range of prior experience may be taken into account.

LANGUAGE REQUIREMENTS

- Good proficiency in English.
- English fluency to TOEFL 525 or higher (with no element less than 500) or IELTS 5.5 or higher (with no element less than 5.0).
- TOEFL – Teaching of English as a Foreign Language
- IELTS – International English Language Testing System

DURATION

- There is no fixed time for learners to complete this qualification. However, vocational hotel and tourism schools can offer this qualification as a one year, full-time course or a two year, part-time course.

PROGRESSION

- After completion of this qualification, the learners can begin an operational / middle management career in any brand of the tourism and catering sector with a hospitality and customer focus.

À QUI S'ADRESSE CE COURS ?

- Le diplôme Eurhodip en Hôtellerie et Tourisme a été développé dans le but de fournir aux apprenants les connaissances et les compétences personnelles, professionnelles et techniques afin de s'adapter à un poste de niveau opérationnel / middle management dans le secteur du tourisme et de l'Hôtellerie et la Restauration : Hôtels, restaurants, bars, agences de voyage et tour-opérateurs.

QUEL EST LE PROGRAMME?

- The objective of this qualification is to be suitable for Initial Vocational Education and Training (IVET) and Continuing Vocational Education and Training (CVET) learners. The course is delivered in units that are relevant to the subject and meet the needs of tourism and catering sector. Each unit is further divided into learning outcomes.

ENTRY REQUIREMENTS

- Minimum age requirement 18 years.
- Any tourism or catering qualification obtained at minimum EQF level 4 or equivalent.
- Any learners completing apprenticeship programme up to or equivalent to EQF level 3 or 4.
- Those learners without formal qualifications will be considered on an individual basis and a wide range of prior experience may be taken into account.

LANGUAGE REQUIREMENTS

- Good proficiency in English.
- English fluency to TOEFL 525 or higher (with no element less than 500) or IELTS 5.5 or higher (with no element less than 5.0).
- TOEFL – Teaching of English as a Foreign Language
- IELTS – International English Language Testing System

DURATION

- There is no fixed time for learners to complete this qualification. However, vocational hotel and tourism schools can offer this qualification as a one year, full-time course or a two year, part-time course.

PROGRESSION

- After completion of this qualification, the learners can begin an operational / middle management career in any brand of the tourism and catering sector with a hospitality and customer focus.

SUMMARY STARTUP BILAN STARTUP CHALLENGE

Eurhodip Startup Challenge (ESC) was a call for students from all the International Association Eurhodip schools.

The event took place over three days in which participants had to develop business ideas in international teams. The ideas were related to the catering sector, gastronomy, hotel industry and / or associated services.

They created a scalable, repeatable and profitable business models.

Students worked on teams created during the first hours of the activity. They brought the initial ideas to a level of definition such that it can be fully evaluated by a jury of professionals. Throughout the process they will be helped by mentors and coaches who will help them to develop each part of their business idea.

Our facilitator was Jaime Aranda.

Jaime Aranda is a social innovation activist, specialized in community building.

Senior Architect, Executive MBA, Theatre consultant. Specialist in Social Media Management. Entrepreneur and Businessman. Speaker on innovation and creativity, collaborative economy, entrepreneurship, business and Start Ups. Founder of the first coworking space Andalusia. President of SevillaUP Association. Organizer of hundreds of professional events for the development of the local ecosystem, including Sevilla Startup Weekend Tourism and Gastronomy edition. Invited lecturer at many universities, training centers and professional events. Teacher of Hospitality Innovation and Business Model & Marketing for Restaurant Industry in Escuela de Hostelería de Sevilla.



VR TOURISM

'Eurhodip Startup Challenge (ESC) a été un appel aux étudiants venant des écoles membres de l'Association Internationale EURHODIP.

L'évènement s'est déroulé sur trois jours au cours desquels les participants ont dû développer des idées de business dans des équipes internationales. Les idées devaient être en accord avec le secteur de la gastronomie, de l'industrie hôtelière ou bien des services associés.

Les étudiants ont créé des modèles d'affaires évolutifs, reproduisables et rentables.

Pour cela, les étudiants ont travaillé en équipes, qui ont été créées dès le début de l'activité. Ils ont construit à partir de leurs idées initiales pour atteindre un niveau de définition plus exact afin d'être évalué par un jury de professionnels.

Au travers de ce processus, ils ont reçu l'aide de mentors et de coaches qui leur ont permis de développer au mieux chaque partie de leur idée d'affaire.

Notre facilitateur était Jaime Aranda.

Jaime Aranda est un activiste de l'innovation sociale, spécialisé dans la construction de communautés.

Diplômé d'architecture, avec un Executive MBA en poche, consultant pour le théâtre, c'est un spécialiste en Social Media Management, un entrepreneur et un homme d'affaires. Conférencier sur l'innovation et la créativité, l'économie collaborative, l'entrepreneuriat, les affaires et les startups. Il a fondé le premier espace de coworking d'Andalousie. Président de l'Association SevillaUP, organisateur de nombreux événements sur le développement de l'écosystème local comme le Startup Weekend Tourisme et Gastronomie. Il est régulièrement invité dans plusieurs Universités, centres de formation et événements profes-



TEMPURADITO



Start Up Jury: from the left to the right. Martin DANNENMANN, Henri MAGNE, Helena CVIKL, Laura GÓMEZ RUIZ, Jesús CAMBRA FIERO

The 58 students were organised in eleven groups and projects. They were from Germany, China, Romania, Slovenia, USA, Russia, Switzerland, Croatia, Belgium and many others until a total of 25 nationalities.

The winners received a prize valued at more than € 5,000. Iciar Lledó (Escuela de Hostelería Sta. María La Blanca, Madrid), Nerea Toledo and Marta Toledo (Escuela de Hostelería de Barcelona, ESHOB), Diana Pereira and Joao Costa (School of Hospitality and tourism Douro-Lamego, Portugal) have been the winners of the 1st place for their SPOONGAR project. A curious device that one end has a spoon and in the other a deposit of sugar, so that with one hand you can choose the dose you want.

We could also enjoy interesting proposals such as a fusion between the traditional montadito and tempura "TEMPURADITO" (2nd place), a virtual reality APP where you can know previously those places you plan to travel to "VR TOURISM" (also 2nd place), another APP where with a certain budget a shopping list with healthy advice and recommendations for the preparation of "SMARKET" dishes (3rd place).

sionnels. Il enseigne aussi l'Innovation dans l'Hospitalité, Modèle d'affaires et Marketing pour l'Industrie Gastronomique à l'École Supérieure d'Hôtellerie de Séville.

Les 58 étudiants qui ont participé ont été organisés en 11 groupes et projets. Ils venaient d'Allemagne, de Chine, de Roumanie, de Slovénie, des USA, de Russie, de Suisse, de Croatie, de Belgique et de bien d'autres pays. Au total, 25 nationalités étaient représentées.

Les heureux gagnants ont reçu un prix d'une valeur de plus de 5000€. Les vainqueurs de cette première édition du StartUp Challenge sont l'équipe SPOONGAR, composée d'Iciar Lledó (École d'Hôtellerie Sta. María La Blanca, Madrid), Nerea Toledo et Marta Toledo (École d'Hôtellerie de Barcelone, ESHOB), Diana Pereira et Joao Costa (École d'Hôtellerie et de Tourisme Douro-Lamego, Portugal). Leur projet est un dispositif mi cuillère mi sachet de sucre qui permet de doser facilement et d'une seule main la quantité de sucre souhaitée.

Nous avons également vu d'autres projets intéressants comme le projet de l'équipe "TEMPURADITO" (2ème place ex aequo) qui ont proposé un mélange du traditionnel Montadito espagnol et de la Tempura, mais aussi une APP de réalité virtuelle qui permet de visualiser son lieu de vacances avant de s'y rendre de «VR TOURISM» (2ème place ex aequo), ainsi qu'une autre APP de l'équipe «SMARKET» (3ème place) qui vous permet, en fonction d'un budget donné de préparer une liste de courses saine et de recommandations pour la préparation.



Spoongar



Start Up staff Membres de l'équipe Start Up



Tai-Chi session Session de Tai-Chi



Working session Session de travail



Working session Session de travail



Start Up Students

Pula & Poreč

25TH EURHODIP CONFERENCE / 2nd – 6th November 2018

Hosted by: Faculty of Interdisciplinary, Italian and Cultural Studies,
Juraj Dobrila University of Pula

RESPONSIBLE EDUCATION FOR RESPONSIBLE TOURISM



The United Nations has designated 2017 as the International Year of Sustainable Tourism for Development. Sustainable tourism fosters economic, environmental and social development of a tourist destination establishing proper balance between the needs of the local community and the specific tourists' requirements. Of their wide range, the impacts of tourism are challenging for the point of their perception by different interested groups in – directly and indirectly involved in tourism experience creation and tourist destination development.

Responsible tourism behaviour of all stakeholders leads to sustainable tourism - a complete alternative to mass tourism.

Tourism, if sustainably planned and managed, could, not only help to ensure prosperity for all, but also lead to a better understanding of sustainable development goals. They span beyond the mere volume of marketed economic activity.

Inclusive and quality education for all and promotion of life-long learning is one of the 17 set Sustainable Development Goals („Goals to Transfer Our World“) adopted in 2015 within 2030 Agenda for Sustainable Development.

Education is a cornerstone for sustainable development. Responsible education for responsible tourism opens up new perspectives for interested stakeholders – particularly students that will be creators of our future world. They must be aware of the role and the stake they have in creating positive collective impacts and raising awareness about experiences with social, environmental, cultural and deep emotional impacts. They need to be equipped with skills and competences to seize the opportunities and be able to put responsible tourism principles and practices at the forefront of any experience creation. They need to capitalize on their particular ability to understand blended social, economic and environmental values and provide communities with vibrant flourishing future.

This is why education plays an extremely important role in achieving sustainable tourism development.

Tourism Education Future Initiative (TEFI) is a social movement in educational sphere that unites educators, researchers, industry actors and community members, with the ambition to move beyond "business as usual" and change the behaviour. "Business as usual" is a no longer accepted model. Corporate social responsibility is gaining an increased momentum. It is

Les Nations Unies ont désigné l'année 2017 comme l'Année Internationale du Tourisme Durable pour le Développement. Le tourisme durable favorise le développement économique, environnemental et social d'une destination touristique en établissant un juste équilibre entre les besoins de la communauté locale et les exigences spécifiques des touristes. En raison de leur diversité, les impacts du tourisme sont difficiles à percevoir par différents groupes intéressés - directement et indirectement impliqués dans la création d'expériences touristiques et dans le développement de destinations touristiques.

Le comportement responsable du tourisme de toutes les parties prenantes conduit au tourisme durable - une alternative complète au tourisme de masse.

Le tourisme, s'il est planifié et géré de manière durable, pourrait non seulement contribuer à assurer la prospérité de tous, mais aussi conduire à une meilleure compréhension des objectifs de développement durable. Ils vont au-delà du volume marchand de l'activité économique commercialisée.

L'éducation inclusive et de qualité pour tous et la promotion de l'éducation et de la formation tout au long de la vie font partie des 17 objectifs de développement durable («Objectifs pour Changer notre Monde») adoptés en 2015 dans le Programme de développement durable pour l'horizon 2030.

L'éducation est la pierre angulaire du développement durable. L'éducation responsable pour un tourisme responsable ouvre de nouvelles perspectives pour les parties prenantes intéressées - en particulier les étudiants qui seront les créateurs de notre monde futur. Ils doivent être conscients du rôle et de l'enjeu qu'ils ont dans la création d'impacts collectifs positifs et la sensibilisation aux expériences ayant des impacts sociaux, environnementaux, culturels et émotionnels profonds. Ils doivent être dotés de compétences et d'aptitudes pour saisir les opportunités et être en mesure de mettre les principes et les pratiques du tourisme responsable au premier plan de toute création d'expérience. Ils doivent tirer parti de leur capacité particulière à comprendre les valeurs sociales, économiques et environnementales mixtes et offrir aux collectivités un avenir dynamique et florissant.

C'est pourquoi l'éducation joue un rôle extrêmement important dans la réalisation d'un développement touristique durable.

Tourism Education Futures Initiative (TEFI) est un mouvement social dans la sphère éducative qui unit les éducateurs, les chercheurs, les acteurs de l'industrie et les membres de la communauté, avec l'ambition d'aller au-delà. «Business as usual» est un modèle qui n'est plus accepté. La responsabilité sociale des entreprises gagne en puissance. Il s'agit



about new understanding of the economy and value creation, whilst allocating resources towards pursuing social objectives alongside financial ones. One of the core activities of TEFI is facilitation and dissemination of innovative, values-based learning experiences in tourism education. As such, the leaders of tomorrow's tourism educated through TEFI values would be able to demonstrate a range of qualities including stewardship, respect, care, high level critical thinking, reflexivity and moral responsibility. Values-based tourism education assists learners of all types to reflect upon and develop a strong professional core, where strong emphasis is on building stronger future through tourism that has the ability to look beyond the economic growth.

The paradigm shift towards a more responsible traveller is happening right now and right here. This is why we will take this opportunity to emphasize a strong transformative power of tourism.

Join us on the forthcoming conference and discover why responsible traveller will always feel the difference and enjoy!

d'une nouvelle compréhension de l'économie et de la création de valeur, tout en allouant des ressources à la poursuite d'objectifs sociaux parallèlement à des objectifs financiers. L'une des principales activités de TEFI est la facilitation et la diffusion d'expériences d'apprentissage innovantes et basées sur les valeurs dans l'éducation au tourisme. Ainsi, les leaders du tourisme de demain éduqués à travers les valeurs TEFI seraient capables de démontrer une gamme de qualités incluant l'intendance, le respect, les soins, la pensée critique de haut niveau, la réflexivité et la responsabilité morale. L'éducation au tourisme fondée sur les valeurs aide les apprenants de tous types à réfléchir et à développer un nouveau professionnel solide, où l'accent est fortement mis sur le renforcement de l'avenir grâce au tourisme qui a la capacité de regarder au-delà de la croissance économique.

Le changement de paradigme vers un voyageur plus responsable, c'est ici et maintenant. C'est pourquoi nous saisirons cette opportunité pour mettre en évidence un fort pouvoir de transformation du tourisme.

Rejoignez-nous lors de la conférence à venir et découvrez pourquoi le voyageur responsable ressentira toujours la différence et en profitera!

CONFERENCE PROGRAM

Friday, 2nd November 2018

- Arrival and transfer
- Board of Directors meeting in the hotel Valamar Diamant **** Poreč
- Welcome dinner/cocktail

Saturday, 3rd November 2018

- 25th Eurhodip Conference: Opening Ceremony
- Papers & workshops
- Leisure: Taste of Typical products

Sunday, 4th November 2018

- General Meeting of the General Assembly.
- Pula City Tour
- Presentation of the Projects Start Up Challenge

Monday, 5th November 2018

- Leisure: Istrian Experience Tour
- Gala Dinner

Tuesday, 6th November 2018

- Departure

STUDENTS PROGRAM START-UP COMPETITION

Friday, 2nd November 2018

- Arrival and transfer
- Team formation

Saturday, 3rd November 2018

- Activities + Working day

Sunday, 4th November 2018

- Working morning
- Presentation of the project ideas

Monday, 5th November 2018

- Istrian Experience Tour
- Gala Dinner

Tuesday, 6th November 2018

- Departure

PROGRAMME DE LA CONFÉRENCE

Vendredi 2 novembre 2018

- Arrivée et Transferts
- Conseil d'administration à l'hôtel Valamar Diamant **** Poreč
- Diner cocktail de bienvenue

Samedi 3 Novembre 2018

- 25ème Conférence Eurhodip : Cérémonie d'ouverture
- Présentations et Ateliers
- Loisirs: Dégustation de Produits Typiques

Dimanche 4 novembre 2018

- Assemblée Générale
- Visite de la ville de Pula
- Présentation des Projets Start Up Challenge

Lundi 5 novembre 2018

- Loisirs: Tour Expériences Istriennes
- Diner de Gala

Mardi 6 novembre 2018

- Départ

PROGRAMME POUR LES ÉTUDIANTS COMPÉTITION START UP CHALLENGE

Vendredi 2 novembre 2018

- Arrivée et Transferts
- Formation des équipes

Samedi 3 Novembre 2018

- Activités + journée de travail

Dimanche 4 novembre 2018

- Matinée de travail
- Présentation des projets

Lundi 5 novembre 2018

- Loisirs: Tour Expériences Istriennes
- Diner de Gala

Mardi 6 novembre 2018

- Départ



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Università degli Studi 'Juraj Dobrila' di Pola
Juraj Dobrila University of Pula
FAKULTET ZA INTERDISCIPLINARNE,
TALIJANSKE I KULTUROLOŠKE STUDIJE
FACOLTÀ DI STUDI INTERDISCIPLINARI,
ITALIANI E CULTURALI
FACULTY OF INTERDISCIPLINARY,
ITALIAN AND CULTURAL STUDIES

Pula & Poreč

2018

25TH EURHODIP CONFERENCE

**RESPONSIBLE EDUCATION
FOR RESPONSIBLE TOURISM**



2nd – 6th November
CROATIA