

MAGAZINE

MAY/MAI
2020

Eurhodip

www.eurhodip.com

EURHODIP NEWS

FOCUS

**27th CONFERENCE 2020
IN LEEUWARDEN**

SPECIAL REPORT

EURHODIP QUALIFICATIONS

EURHODIP COMPETITIONS

HORIZONS

Leeuwarden

27TH EURHODIP CONFERENCE 2020



THE LEADING HOTEL SCHOOLS IN EUROPE



MAY 2020

“Europe, always Europe, it is the way for civilizations to meet”

Two words on which I want us to reflect together:

1. GROW
2. SHARE

All of us who are here want to GROW.

We have come because we want our knowledge and institutions to GROW.

GROW means as an association and as people to increase the group and enrich experiences. Growth is not only numerical but also expansive. We can grow more in strength than in quantity, in efficiency than in members, in improving services and advantages over the income statement that has to be agreed.

We must grow to become more present in the dispersion of the globalization of our professions. We have a duty to consolidate the association to:

* Improve the vital status of EURHODIP.

* Identify and value the uniqueness of our countries, their histories, their languages and their cultures...

* Enforce this interculturality in the world with respect for the rights of peoples to their development and not to be colonized by the strongest.

* Monitor and participate in sustainability and respect for the planet Earth based on our diversification in tourism and gastronomy.

We declare that EURHODIP is independent and cross-border, respectful of each country's government and convergent on actions aimed at the common good.

We recognize that we are living a new digital era where processes are more important than products.

This assembly, this executive board, this president only intends to help EURHODIP universities and schools so that with force we help society in the process of change in which humanity is immersed, whether we want it or not, whether we like it or not.

Those who don't want to grow, DO NOT EXIST: THEY DIE.

During this year we have knocked on the doors of some schools and universities that have told us: WE ARE NOT INTERESTED IN EURHODIP.

And some: "WE ARE THE BEST; WE DON'T NEED YOU."

It seems incredible, but I assure you it has been so.

We all ask ourselves: HOW TO GROW?

There is no other solution than to SHARE.

By sharing we transform reality.

I am sure that each of you lives it in your own schools and we ask ourselves: WHAT DO YOU HAVE TO DO TO GROW TOGETHER?

Dear friends, it is easier to grow together than to grow alone.

Together we will transform reality. Together we infuse the spirit of CHANGE. We have to face the selfish immobility that threatens the most important European institutions with death. I know that the change in a school produces insecurity and risk. I see it every day. But we are not afraid because in the association we hold each other's hands. I created my school 30 years ago by copying from Barcelona, copying from Lausanne, and I continue copying from Heidelberg, Maribor, Vatel as I know that today new ones will copy from me. We are not afraid. As soon as we have encouraged you towards innovative change, things will go better. We deal with young people, who will constantly demand change, transformation, put aside the old manuals that we tied to us as if they were lifeguards. They, the young people, ask us to transmit our knowledge and not continue calling our failures experience.

GROWING in PROTOPY is a way to grow with technology, it is a transformation of personalized, non-mass education, where the discovery of students' abilities makes them manage their knowledge for life. Education is not a destination; it is a transformation of the person. Today it is inevitable to have AI, the digital technology that invades our being.

EURHODIP is not a number but a sum of transformative experiences of the human being. Your experiences. We grow with our transformative experiences. The more, the better.

The PROTOPY is not seen, it is seen in its results. They change constantly as days, people and things change. In that change, it is mutual and GROWS. Therefore, growing is a ALTERATION about oneself that affects life.

MAI 2020

«L’Europe, toujours l’Europe, C’est le chemin des civilisations à rencontrer»



D. Luis de Lezama
PRESIDENT
PRÉSIDENT

Deux mots sur lesquels je souhaite que nous réfléchissions ensemble:

1. CROISSANCE
2. PARTAGE

Nous tous ici voulons grandir.

Nous sommes venus parce que nous voulons développer nos connaissances et nos institutions.

CULTIVER signifie en tant qu'association et en tant que personnes, augmenter le groupe et enrichir les expériences. La croissance est non seulement numérique, mais également expansive. Nous ne pouvons devenir plus forts que quantitativement, plus efficaces que parmi les membres, en améliorant les services et les avantages aux delà des résultats qui doivent aller de pair.

Nous devons être plus présents dans la dispersion de la mondialisation de nos professions. Nous avons le devoir de consolider l'association pour:

* Améliorer le statut vital d'EURHODIP.

* Identifier et valoriser le caractère unique de nos pays, leur histoire, leur langue et leur culture.

* Faire respecter dans le monde cette interculturalité dans le respect des droits des peuples à leur développement et à ne pas se faire coloniser par les plus forts.

* Surveiller et participer à la durabilité et au respect de la planète Terre sur la base de notre diversification dans le tourisme et la gastronomie.

Nous déclarons qu'EURHODIP est indépendant et transfrontalier, respectueux des gouvernements des pays et convergent sur les actions visant le bien commun.

Nous reconnaissions que nous vivons une nouvelle ère numérique où les processus sont plus importants que les produits.

Cette assemblée, ce conseil exécutif, ce président n'a d'autre intention que d'aider les universités et les écoles d'EURHODIP afin d'aider avec force la société dans le processus de changement dans lequel l'humanité est plongée, qu'on le veuille ou non, qu'on le veuille ou non.

Ceux qui ne veulent pas grandir N'EXISTENT PAS: Ils meurent.

Au cours de cette année, nous avons frappé à la porte de certaines écoles et universités qui nous ont dit: NOUS NE SOMMES PAS INTÉRESSÉS PAR EURHODIP.

Et certains: «NOUS SOMMES LES MEILLEURS, NOUS N'AVONS PAS BESOIN DE VOUS.»

Cela semble incroyable, mais je vous assure que cela a été le cas.

Nous nous demandons tous: COMMENT GRANDIR?

Il n'y a pas d'autre solution que le PARTAGE.

En partageant, nous transformons la réalité.

Je suis sûr que chacun d'entre vous le vit dans ses propres écoles et nous nous demandons: QU'EST-CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE POUR CULTIVER ENSEMBLE?

Chers amis, il est plus facile de grandir ensemble que tout seul.

Ensemble, nous allons transformer la réalité. Ensemble, nous infusions l'esprit de CHANGEMENT. Nous devons faire face à l'immobilité égoïste qui menace de mort les plus importantes institutions européennes. Je sais que le changement d'école engendre insécurité et risque. Je le vois tous les jours. Mais nous n'avons pas peur car l'association nous donne la main. J'ai fait mon école il y a 30 ans en copiant Barcelone, Lausanne, et je continue de copier Heidelberg, Maribor, Vatel, car je sais qu'aujourd'hui, de nouveaux vont me copier. Nous n'avons pas peur. Dès que nous avons enthousiasmé par le changement novateur, cela va mieux. Nous nous occupons des jeunes et ils exigeront sans cesse des changements, des transformations, mettant de côté les vieux manuels auxquels nous sommes attachés comme s'ils étaient des maîtres-nageurs. Les jeunes nous demandent de transmettre nos connaissances et de ne pas continuer à appeler notre expérience des échecs.

Grandir dans la PROTOPY c'est un moyen de progresser avec la technologie, il s'agit d'une transformation de l'éducation personnalisée et non massive, où la découverte des compétences des élèves leur permet de gérer leurs connaissances pour la vie. Éduquer n'est pas une destination, c'est une transformation de la personne. De nos jours, l'IA, la technologie numérique qui envahit notre être, est inévitable.

EURHODIP n'est pas un nombre mais une somme d'expériences transformatrices de l'être humain. Vos expériences. Nous grandissons avec nos expériences de transformation. Plus, c'est mieux. La Protopie ne se voit pas, On la voit dans les résultats. Ils changent constamment au fil des jours, des personnes et des choses. GRANDIR c'est une MUTATION. Par conséquent, la croissance est une mutation sur soi-même qui affecte la vie.

Pour grandir, il faut PARTAGER. Vous ne pouvez pas ? EURHODIP vous permet de grandir en partageant votre objectif avec d'autres. C'est pourquoi nous devons mener des programmes communs qui relativisent les ambitions égoïstes.

Nous n'enrichissons pas tout ce que nous partageons.

Les problèmes mondiaux qui nous envahissent exigent des solutions mondiales. Une maladie moderne: la dépersonnalisation requiert une personnalisation de nos marques sous un même parapluie EURHODIP.

Il est très difficile d'INNOVER le monde de l'hôtellerie et du tourisme sans références. Il est très difficile de changer l'éducation dans la mémoire et l'intelligence de l'être humain pour la gestion de ses connaissances en sachant utiliser l'intelligence artificielle aujourd'hui.

Comment projeter nos connaissances à l'ère numérique? Il ne suffit pas de faire une présentation PowerPoint en classe. Le gouffre entre l'enseignant et l'élève est beaucoup plus grand.

La plupart de nos pays sont conscients que l'éducation est un devoir de l'État, mais ce sont nos institutions qui établissent un pacte entre le progrès de la transformation et les besoins du marché professionnel. Nous devons être les prédecesseurs de la transformation créatrice.

EURHODIP compte mille yeux: nos professeurs et nos étudiants sont constamment à la recherche de créativité en mer. Cette association a pour but de soutenir et d'encourager la découverte de nouvelles propriétés.

Maintenant que la «Formation en Alternance» est à la mode, nous le faisons avec excellence depuis 30 ans. Les étudiants de nos écoles ne sont pas des théoriciens de fond, au contraire, ils sont reconnus par les entreprises et trouvent du travail avant même d'avoir terminé leurs études.

Mais maintenant, nous allons leur donner un meilleur instrument unique: l'EXCELLENCE INTERNATIONALE. Ceux qui veulent passer les examens EURHODIP pourront obtenir un titre qui les différencie, en faisant en sorte que leur CV obtienne de meilleurs scores pour la reconnaissance de leurs mérites et de leurs compétences face à



To grow you must SHARE. You cannot do it alone. EURHODIP can help you to grow by sharing your goal with others. That is why we must carry out joint programs that relativize selfish ambitions.

We do not enrich everything we share.

The global problems that invade us demand global solutions. A modern disease: depersonalization requires customizing our brands under a common EURHODIP umbrella.

It is very difficult to BE INNOVATIVE in the world of hospitality and tourism without references. It is very difficult to change education in the memory and intelligence of the human being for the management of their knowledge knowing how to use the artificial intelligence that is today at hand.

How to project our knowledge in the digital age? Power-Point in the class will no longer suffice. The chasm between the teacher and the student is much bigger.

Most of our countries are aware that education is a duty of the state, but our institutions are the ones that establish a pact between transformative progress and the needs of the professional market. We must be leaders in creative transformation.

For this there are the thousand eyes of EURHODIP: our teachers and our students are constantly looking for creativity in the sea. This association aims to support and encourage the discovery of new properties.

Now that "dual education" is in fashion, we have been doing it with excellence for 30 years. The students of our schools are not background theorists, on the contrary, they are recognized by companies and find work even before finishing their degrees.

But now we are going to give them a better unique instrument: INTERNATIONAL EXCELLENCE. Those who want to undergo the EURHODIP exams will be able to obtain the title that uniquely makes them stand out in their local area by making their resumes have better scores for the recognition of their merits and skills before the international industry. This is a magnificent work by our vice president, Henri Magne, and his team.

How to grow? We keep asking ourselves.

With the work of Helena Cvkl and another team we have rehabilitated and launched another important tool: EURHO-QUAL. It is already at your disposal to overcome the crisis of massification of teaching beach bars that are being created even in universities to accommodate the educational business of the tourism boom. Teaching is not an irresponsible business.

Now even a horse-riding school wants to be involved in tourism and gastronomy with skills that cannot be housed in the stables.

Reality TV shows are all the rage and they also want to be schools. The widow's association of my town wants to raise "The Grandmother's Cooking School". Curiously they have a trend brand that I do not share, but they need to be noticed in society and choose the kitchen, which is fashionable.

Wineries and winemakers are also in fashion. I know rich entrepreneurs, movie artists, and even former government ministers who are excited to be winemakers. But now some tell me about setting up hospitality schools in their wine cellar. It is clear that submissive chefs have social power. On the other hand, it seems that it has gone out of fashion for politicians to promise to set up hospitality schools with money from Eu-

ropean Union subsidies. There are public schools closed due to lack of budget in some countries.

Tous ceux-là et beaucoup d'autres ont besoin de nous. Ils ne peuvent pas attendre que leurs employés leur tombent du ciel. Vous ne pouvez pas acheter le succès avec de l'argent, votre avenir dépend de notre capital humain.

Heureusement, nous sommes la banque qui produit cette monnaie qui mène au succès ou à l'échec. Les hommes d'affaires, les hommes d'affaires ambitieux de l'hôtellerie devraient dorloter nos écoles, notre association.

C'est pourquoi nous n'avons pas d'autre choix que d'être critiques: passer des examens et mesurer la qualité. Nous ne donnons pas d'étoiles. Nous croyons au succès du capital humain et à nos valeurs.



l'industrie internationale. C'est un travail magnifique de notre vice-président, Henri Magne, et de son équipe.

Comment grandir ? On se le demande encore.

Avec le travail d'Helena Cvkl et d'une autre équipe, nous avons réhabilité et lancé un autre outil important: EURHOQUAL. Il est déjà à votre disposition pour surmonter la crise de la massification des « bars de plage pédagogiques » qui poussent un peu partout, même dans les universités, afin de répondre aux besoins du secteur éducatif du boom touristique. Enseigner n'est pas une affaire irresponsable.

Maintenant, même une école d'équitation se veut touristique et gastronomique avec des compétitions qui ne peuvent pas se dérouler dans les stands.

Les émissions de télé-réalité sont à la mode et ils veulent aussi en faire des écoles. L'association des veuves de ma ville souhaite créer « l'école de cuisine de grand-mère ». Curieusement, elles ont une marque de fabrique que je ne partage pas, mais elles doivent se faire remarquer dans la société et choisissent la cuisine, qui est à la mode.

Les établissements vinicoles et les viticulteurs sont également à la mode. Je connais de riches entrepreneurs, des artistes de cinéma et même des anciens ministres qui sont enthousiastes à l'idée de devenir vigneron. Mais maintenant, on me parle de faire des écoles d'hôtellerie dans leur cave. Il est clair que les chefs soumis ont un pouvoir social. D'autre part, il semblerait que les politiciens aient promis dans leurs campagnes de créer des écoles d'hôtellerie avec des levers de subventions provenant de l'Union européenne. Il y a des écoles publiques fermées par manque de budget dans certains pays.

Ce qui manque, c'est EURHOQUAL en tant qu'agence d'évaluation externe qui soutient les bons projets.

D'EURHODIP, nous devons avertir que ces formes de croissance ne sont pas bonnes. Dans notre domaine professionnel, toutes les initiatives d'institutions publiques, d'associations professionnelles et d'entrepreneurs privés ont leur place. Mais nous devons assurer la qualité.

Nous sommes les constructeurs de la capitale humaine que les hôtels, les chaînes, les restaurants et les industries alimentaires occupent immédiatement pour la garantie de la formation offerte par nos marques. Cependant, nous continuons à souffrir du manque de soutien total de la part des entrepreneurs. Dans cette association, il n'y a pas de sponsors qui stimulent les bonnes pratiques professionnelles dont profitent les hôtels, les restaurants et les industries.

Nous continuerons à frapper à vos portes et à vous ouvrir de nouvelles opportunités.

* Prix de stimulation annuels.

* Magazine EURHODIP où on peut faire de la publicité.

* La critique du traitement fait à nos étudiants dans leurs périodes de stage.

Cela doit changer: les bénéficiaires directs de nos étudiants et le travail de nos écoles EURHODIP sont les grandes marques qui réussissent sur le marché qui représente avec le tourisme le PIB le plus élevé, même dans les pays les moins avantageux par la nature.

EURHODIP doit contenir les plus grandes marques de l'industrie hôtelière et des meilleurs hôtels du monde où nos élèves passent leur vie, tels que: Maldives Baros des Maldives; Riad Kheirredine du Maroc; Les Olero Vanyakila de l'Inde; La chambre haute de Hong Kong; Belman Palacio Nazareus du Pérou; Nayara Springs du Costa Rica; Hôtel Belvedere de Riccione, Italie; Alpir Hotel of Austria; Pedregal Resort de San Lucas, Mexique; Kayakafi en Cappadoce, en Turquie.

From EURHODIP we must warn that these forms of growth are not good. In our professional field, all the initiatives of public institutions, trade associations and private entrepreneurs have a place. But we must ensure quality.

We are the builders of the HUMAN CAPITAL that hotels, chains, restaurants, and food industries immediately occupy for the guarantee of the training offered by our brands. But we continue to suffer from a lack of total support from entrepreneurs. There are no sponsors in this association that stimulate the good professional practices that hotels, restaurants and industries take advantage of.

We will keep knocking at your doors and opening new opportunities.

* Annual stimulus awards.

* EURHODIP magazine where they can be advertised.

* Criticism about the treatment of our students in their internship periods.

This has to change: the direct beneficiaries of our students and the work of our EURHODIP schools are the big brands that succeed in the market that represents with tourism the highest GDP even in more disadvantaged countries.

Behind EURHODIP must be the leading brands of the hospitality industry and industries, the best hotels in the world where our students spend their lives, such as: Maldives Baros on the Maldives Islands; Riad Kheirredine in Morocco; The Olero Vanyakila in India; The Upper House in Hong Kong; Belman Palacio Nazareus in Peru; Nayara Springs in Costa Rica; Hotel Belvedere de Riccione, Italy; Alpir Hotel in Austria; Pedregal Resort in San Lucas, Mexico; Kayakafi in Cappadocia, Turkey.

They and many more need us. They cannot think of their managers falling from the sky. You cannot buy success with money; your future depends on our human capital.

Fortunately, we are the bank that produces this currency that leads to success or failure. The businessmen, the ambitious businessmen of the hospitality industry should pamper our schools, our association.

That is why we have no choice but to be critical: take exams and measure quality. We do not give stars. We believe in the success of human capital and our values.

We will denounce the companies that despise us, the hoteliers who exploit our students. We will value those who support us as a transversal institution in 35 countries. We will stimulate the creativity that makes it possible for us to innovate by criticizing everything we believe that the process is stagnant and those who, not sharing, not wanting to participate, address themselves in small brawls protected by brands that over time and loneliness will become obsolete.

How does the hotel industry participate in EURHODIP?

We have created a Tourism Innovation Award at the Istanbul Conference.

We want to launch our bimonthly magazine as a specialized, digital and printed European magazine, where we can offer our teachers' knowledge, share ideas, and stay informed for the rest of the year.

A critical function and advertising support will help us.

We have also launched a Best Hotel Award that takes care of our trainees, which does not underestimate it that helps them to know their profession and stimulate their skills. As it is the first year, the schools have not proposed many hotels. Each school can propose 3 hotels. I think this will change in the future, but there is already a prize.

The contest of videos of our universities and schools EURHODIP, made by students has had a wide participation. This stimulus helps us all to know the diversity of EURHODIP. Thank you for such a good participation.

Dear friends, I invite you to this New Era EURHODIP. To be active members. I thank my unconditional team for continuing to work on these projects. And I feel that the forced generational change and diversification policies force me to dispense with such endearing personnel as Helena Cvkl, Zeljko Trezner ... who I thank for their work, their friendship and their personal affection.

"Europe, always Europe,
it is the way for civilizations to meet"

Nous dénoncerons les entreprises qui nous méprisent, les hôteliers qui exploitent nos étudiants. Nous valoriserons ceux qui nous soutiennent en tant qu'institution transversale dans 35 pays. Nous stimulerons la créativité qui nous permet d'innover en critiquant tous ceux qui stagnent dans le processus et ceux qui, ne partageant pas, ne voulant pas participer, s'adressent à de petites bagarres protégées par des marques qui, avec le temps, deviendront obsolètes.

Comment l'industrie hôtelière participe-t-elle à EURHODIP?

Lors de la Conférence d'Istanbul, nous avons créé un prix de l'innovation touristique.

Nous voulons lancer notre magazine bimestriel en tant que magazine européen spécialisé, numérique et imprimé, où nous pouvons offrir les connaissances de nos enseignants, partager des idées et rester informés pendant le reste de l'année.

Une fonction critique et un support publicitaire nous aideront.

Lors de ce congrès, nous avons également lancé un prix du meilleur hôtel qui prend en charge nos stagiaires, ceux qui ne les sous-estiment pas et les aident à connaître leur métier et à stimuler leurs compétences. N'hésitez pas à penser aux trois candidats pour l'édition de cette année.

Le concours de vidéos de nos universités et écoles EURHODIP, réalisé par les étudiants a eu une large participation. Ce stimulus nous aide à connaître la diversité d'EURHODIP. Merci pour une si bonne participation.

Chers amis, je vous invite à cette nouvelle ère EURHODIP. Être des membres actifs. Je remercie mon équipe inconditionnelle de continuer à travailler sur ces projets. Et j'estime que les politiques de changement générationnel et de diversification forcées m'obligent à renoncer à un personnel aussi attachant qu'Helena Cvkl et Zeljko Trezner dans le bureau, lesquels je remercie pour leur travail, leur amitié et leur affection personnelle.

«L'Europe, toujours l'Europe,
C'est le chemin des civilisations à rencontrer»



luisdelezama

Luis de Lezama.
President.

luisdelezama@grupolezama.es

Content Sommaire



7 NEWS ACTUALITÉS

- New members 7
- Board of Directors Meetings 9
- EURHODIP Qualifications 10
- Conference Workshops Results 12
- ACCOR & EURHODIP 14
- EURHODIP Competitions 16
- International Gourmets Fair 18



MAGAZINE EURHODIP

Publication: EURHODIP
Rédaction: Guilhaume GARCIA
Maquette: Gráficas Guión
Impression: Gráficas Guión
Crédits Photos: Membres et partenaires Eurhodip.

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



20 NEWS FROM OUR MEMBERS

- Guests on Earth: Sustainability in Hospitality. Dra. Elena Cavagnaro Stenden Hotel Management School 20
- International Congress Tourism in Islands: Dynamic and Challenges. Mrs. Cristina Oliveira & Mrs. Elena Pérez Universidad Europea de Canarias 23
- The Culinary Institute of Spain. Mrs. Carmen Claro Llach Mr. Álvaro Rodríguez García Escuela Superior de Hostelería de Sevilla 26
- A Jordanian Achievement on a Global Level. Dr. Muhsen Makhmreh Ammon Applied University College 28
- COTHM goes Cook your Future Mrs. Ursula Hummel Hotelfachschule Heidelberg 30
- Reunion in Heidelberg Mr. Pedro Oliver Grupo Lezama Sevilla 32
- The First Female Hospitality Institute. HTMI. Riyadh in Arabia Saudi. Mr. Mohammad Bsaiso 34
- In Memory of Robert Minasyan. Luis de Lezama 37
- Eurhodip students Success Stories 38



39 CONFERENCE 2019 IN ISTAMBUL

- Key Note Speakers 40
- Speakers 41
- Album photos 46
- Startup challenge 50
- EURHODIP awards 2019 52



53 CONFERENCE 2020 IN LEEUWARDEN

- November 11th – 15th 2020 53
Theme:
"Game changers! Be part of it"



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

NEW MEMBERS

In 2019, the Board of Directors of Eurhodip approved 11 applications for membership. Welcome to Eurhodip to our new members:

En 2019 le conseil d'administration d'Eurhodip a validé 11 candidatures.
Bienvenue aux nouveaux membres :



Adelaide Institute of Hospitality
AIOH.

Adelaide, Australia.

ASSOCIATE MEMBER



The Adelaide Institute of Hospitality is South Australia's most respected training provider for both Commercial Cookery and Front of House training.

We offer a diverse range of courses and team up with many of South Australia's most progressive restaurants and hospitality venues to deliver outstanding outcomes for students and venues alike.

Our people are sourced from many of the best restaurants across the world and bring their experience and care to our students.

The AIOH is also leading the way into Butchery training commencing in 2019.

www.aioh.net.au



Haydarpaşa Business High School.
Lefkosa, North Cyprus.

FULL MEMBER

Haydarpaşa Vocational Trade High School was established in 1959 and is currently celebrating its 60th anniversary. The school consists of three main departments: Accounting, Office Management and Hospitality.

The curriculum covers a 4 year academic program with one-year internship. The courses include both theoretical and practical modules. In order to provide the best possible education, we have two main kitchens one of which is focused on pastry, a restaurant area, lobby and 6 hotel rooms. What is more, the department of Hospitality – F&B Services eagerly attends national and international competitions in order for the students to gain a wider perspective in the industry.

www.aioh.net.au



Centre Polyvalent de Formation
Professionnelle/Hôtellerie Restauration

Centre Polyvalent
de Formation Professionnelle
Hôtellerie Restauration.
Mbour, Senegal.

ASSOCIATE MEMBER

The Centre Polyvalent de Formation Professionnelle Hôtellerie Restauration CPFP/HRS Mbour is a private professional education establishment, approved and recognized by the State, which aims to train and support young managers who are operational immediately. They train technicians in the hotel, catering, tourism and health fields.

<http://cpfphrs-mbour.com/>



ANKO Tourism School,
Private Institute of Vocational
Training and Center
for Lifelong Learning.
Rhodes Island, Greece.

FULL MEMBER



ANKO Tourism School was founded in 1992 on Kos Island. Anko is a Private Institute of Vocational Training (called in Greek "IEK") and a Center for Lifelong Learning. In 2015, Anko established a second branch on Rhodes Island. The two schools on Kos & Rhodes islands provide programs of studies in Business and Economics, Hotel, Hospitality and tourism studies, Culinary Arts, Pastry and Bakery Art and Beauty, Aesthetics and Spa.

<https://www.youtube.com/watch?v=MVNb50Y8J5E>
<http://anko.edu.gr/en/>



Education Partners.
Kathmandu, Nepal.

ASSOCIATE MEMBER

Consortium of education Consulting, Training and Student Recruitment Company established in 2015 in Kathmandu, Nepal. Our core areas of expertise are collaborating with international Universities/Course Providers for Nepal and International market, providing counseling services.

[www.educationpartners.com.np](http://educationpartners.com.np)



École Hôtelière Keur Massar.
Keur Massar, Senegal.

ASSOCIATE MEMBER

The Centre Polyvalent de Formation Professionnelle Hôtellerie Restauration CPFP/HRS Keur Massar is a private professional education establishment, approved and recognized by the State, which aims to train and support young managers who are operational immediately. They train technicians in the hotel, catering, tourism and health fields.



Universidad Europea
de Canarias (UEC).
Tenerife, Spain.

FULL MEMBER



To provide our students with a holistic education, shaping leaders and professionals prepared to respond to the demands of a global world, who will add value to their professional fields and contribute to social progress with their entrepreneurial spirit and ethical values. To generate and transfer knowledge through applied research, contributing in the same way to social progress and positioning ourselves at the cutting edge of intellectual and technical development.

www.universidadeuropea.es/en/canarias



CETT Barcelona School
of Tourism, Hospitality
and Gastronomy.
Barcelona, Spain.

FULL MEMBER

CETT is the leading higher education school in Tourism, Hospitality and Gastronomy, an affiliated center of the University of Barcelona. We have a true International vocation and our highly specialized team of professionals provides students with a model for knowledge creation and transfer, based on rigour, innovation and experience. Over 50 years, CETT has become a hub that connects people and links academia with the business and public administration sectors.

www.cett.es/en



Centre Polyvalent
de Formation Professionnelle
Hôtellerie Restauration
Ziguinchor, Senegal.

ASSOCIATE MEMBER

The Centre Polyvalent de Formation Professionnelle Hôtellerie Restauration CPFP/HRS Ziguinchor is a private professional education establishment, approved and recognized by the State, which aims to train and support young managers who are operational immediately. They train technicians in the hotel, catering, tourism and health fields.

If you are interested in being a member of Eurhodip, you will find all the information on our website, <http://www.eurhodip.com/membership/> or email 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 bruxelle@eurhodip.com



CEFPPA Centre Européen
de Formation et de
Promotion Professionnelle
par Alternance pour
l'Industrie Hôtelière.
Strasbourg, France.

FULL MEMBER

Set up by the région Alsace, jointly managed by the Chambre de Commerce et d'Industrie of Strasbourg, the Groupement des Hôteliers-Restauteurs of the Bas-Rhin and the Education Nationale, the CEFPPA Adrien Zeller, is a training centre whose aim is to contribute to the development of the hotel and catering industry.

Since 1990, the institution has provided courses in the hotel trade and catering industry, in cooking, in restaurant service, in pastry, in wine-waiting, and in hotel keeping, from the CAP to the BTS.

www.cefppa.com/



[DOWNLOAD EURHODIP
APPLICATION FORM](#)

BOARD OF DIRECTORS MEETINGS LES RÉUNIONS DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

March 2019

Lisbon, Portugal

Ana MOREIRA
Escola de Hotelaria e Turismo de Lisboa (Escolas do Turismo de Portugal).



It was the 88th Board of Directors meeting since January 1st 1989, with 15 participants. The highlighted contents are the 2019 Budget with the sponsorship of Grupo Lezama and Groupe Vatel and the presentation of the progress of the work done in the different committees.

C'était la 88ème réunion du Conseil d'Administration depuis le 1er Janvier 1989, avec 15 participants. Les contenus principaux de cette réunion ont été la présentation du Budget 2019 avec l'officialisation des sponsorings du Grupo Lezama ainsi que du Groupe Vatel. De plus, Les différentes commissions ont pu présenter l'évolution de leur travail.



NEXT BOARD OF DIRECTORS "PROCHAIN CONSEIL D'ADMINISTRATION"

November 11th, 2020
Leeuwarden – The Netherlands

Marco TEN HOOR
Stenden Hotel Management School.



October 17th 2019

Istanbul, Turkey

Ali Dogan ÇAMAK
VATEL Istanbul.



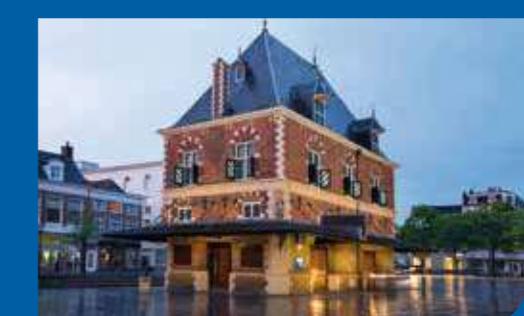
During this Board of Directors meeting, among several important points, we saw the new situation of the Executive Board and prepared the agenda for the upcoming years.

Au cours de ce Conseil d'Administration, au-delà de certains points importants, nous avons pu étudier la nouvelle situation du Bureau mais aussi planifier le calendrier des années à venir.

NEXT CONFERENCE PROCHAINE CONFÉRENCE

November 11th – 15th 2020
Leeuwarden – The Netherlands

Marco TEN HOOR
Stenden Hotel Management School
Theme: "Game changers, be part of it!"



★ EURHODIP ★ QUALIFICATIONS OF PROFESSIONAL SKILLS

THE EURHODIP QUALIFICATIONS 2020 are ready !

3 qualifications for 2 types of school-members: technician level & management level.

Qualifications based on EQF, Anchor on the European values of Hospitality and Tourism and mostly accessible on line.

European Diploma in Hotel & Restaurant (level EQF 5)

**European Bachelor of Management
in Hospitality & Tourism (level EQF 6)**

European MBA in Hotel & Tourism (level EQF 7)

Offered to students of our schools, alumni, as well as young professionals who want to gain recognition of their professional skills

Entry requirements :

-DIPLOMA : to be enrolled in EQF 5 training course or professional experience same level or hold a National Diploma in Hotel or Restaurant

-BACHELOR : to be enrolled in EQF 6 training course or professional experience same level or hold a National Bachelor degree in Hotel or Tourism

-MBA : to be enrolled in EQF 7 training course or professional experience same level or hold a National Master degree in Hotel & Tourism.

Registrations are managed both by the Schools and the Eurhodip Examination Center

Schools : promotion, enrolment process, organise the examination sessions

Eurhodip Exam Center : valid enrolment process, fixe the dates of exams, provide ID number and Access Code to tests, control the results and award the qualifications.

Examinations are taken on line and on oral in front of juries

a. Diploma : MCQ 80 questions on line + Personality Test

b. Bachelor : MCQ 140 questions + Oral examination (Online + with a local jury)

c. MBA : MCQ 140 questions + Personality Test + Grand Oral with an International Jury chaired by a member from EURHODIP (Eurhodip Day)

For more information concerning EURHODIP Qualifications, do not hesitate to contact EURHODIP Secretary at **bruxelles@eurhodip.com**

A special thanks to the team involved in this project lead-ed by EURHODIP Vice -President, Mr. Henri Magne: Benjamin Garcia and Pierre-Antoine Dubuis, helped in the technical aspect by Martial Bombrault and Annick Aventi from Vatel, and by ESHS from Seville and Shyam Patiar for part of content.

Les DIPLOMES EURHODIP 2020 sont prêts !

3 diplômes pour 2 types d'écoles-membres : enseignement technique, enseignement supérieur,

Ancrés dans le Cadre Européen des Qualifications (EQF), basés sur les valeurs européennes de l'hospitalité et du tourisme, largement accessibles sur Internet.

Diplôme Européen d'Hôtellerie et de Restauration (niveau EQF 5)

Bachelor Européen de Management de l'Hôtellerie
et du Tourisme (niveau EQF 6)

MBA Européen de l'Hôtellerie et du Tourisme (niveau EQF 7)

Proposés à tous les étudiants des écoles-membres, aux alumni, ainsi qu'aux jeunes professionnels désireux de valider leurs compétences professionnelles par un diplôme européen.

Conditions d'accès :

-DIPLÔME : être inscrit dans un programme de formation de niveau EQF 5 ou avoir une expérience professionnelle de même niveau ou être titulaire d'un diplôme national d'hôtellerie ou de restauration.

-BACHELOR : être inscrit dans un programme de formation de niveau EQF 6 ou avoir une expérience professionnelle de même niveau ou être titulaire d'un Bachelor national d'hôtellerie ou de tourisme,

-MBA : être inscrit dans un programme de formation de niveau EQF 7 ou avoir une expérience professionnelle de même niveau ou être titulaire d'un Master national d'hôtellerie ou de tourisme

Les inscriptions sont gérées par les écoles-membres et le Centre d'Examen Eurhodip.

Ecole : promotion, inscriptions, organisation des cessions d'exams.

Centre Examen Eurhodip : approuve les dossiers inscriptions, fixe les dates d'examens, affecte un numéro individuel d'identification et un code d'accès aux tests, contrôle les résultats et délivre les diplômes.

Les examens se font soit en ligne soit en présentiel face à un jury :

-DIPLÔME : QCM 80 questions en ligne + Test de Personnalité

-BACHELOR : QCM 140 questions en ligne + Oral (en ligne + devant un jury)

-MBA : QCM 140 questions et Test de Personnalité en ligne + Grand Oral devant un jury international présidé par un membre d'Eurhodip à l'occasion de l'Eurhodip Day.

Pour de plus amples informations sur les diplômes EURHODIP, veuillez contacter le secrétariat à **bruxelles@eurhodip.com**

Tous nos remerciements à l'équipe impliquée dans ce projet sous la direction du Vice-Président d'EURHODIP, M. Henri Magne : Benjamin Garcia, Pierre-Antoine Dubuis, supportés dans l'aspect technique par Martial Bombrault et Annick Aventi du groupe Vatel, et par l'ESHS de Séville et Shyam Patiar dans l'élaboration de certains contenus.



eurhodip.com

★ European Diploma in Hotel & Restaurant (level EQF 5)

★ European Bachelor of Management in Hospitality & Tourism (level EQF 6)

★ European MBA in Hotel & Tourism (level EQF 7)

Value European competencies before the industry

Facilitate integration into the real-world work

Be part of an international alumni network

Do you want to give your training the European touch?



EURHODIP QUALIFICATIONS MAKE THE DIFFERENCE!

Be part of it !

bruxelles@eurhodip.com

Teachers Committee: Conference Workshop RESULTS

“The Future of Tourism and Hospitality Education”

Moderators:

Assist. Prof. Dr. Nafiya GUDEN
& M. Pierre-Antoine DUBUIS

The Eurhodip Conference has started to host workshops for round table discussions on topics related to the future of tourism and hospitality education. The aim of these workshops is for the Eurhodip member teachers and lecturers to share valuable practices on common grounds.

The three main dilemmas selected were as follows:



TEAM DILEMMA TOPIC:	STUDENTS WANT TO BE MANAGERS AS SOON AS THEY GRADUATE
PROBLEM:	Hospitality and tourism has been considered as a difficult and unattractive industry to work in
DEFINTION OF PROBLEM	<ul style="list-style-type: none"> • Generation gap – the idea that studying the subject will guarantee a management position upon graduation. Since previous generations would work in the industry without qualification and skills learnt in education • General misunderstanding of the industry
STAKEHOLDERS INVOLVED IN THIS PROBLEM	<ul style="list-style-type: none"> • Older generation and parents • School instructors • Employers • Employees • Internship mentors • Education Ministry • Chamber of Arts and Craftsmen
HOW CAN IT BE SOLVED? RECOMMENDATIONS / PROJECTS	<ul style="list-style-type: none"> • Work experience during high school in industry – particularly for those countries that have a high level of tourist industry activity • Parents should be encouraged to teach their children the value of money • Instructors and teachers in education should create awareness of the realities of the industry – with particular notion that everyone starts at the bottom of the hierarchy
TIME SCALE	Time scale depends on the country since cultures in different countries have different levels of appreciation of the industry. Ongoing

TEAM DILEMMA TOPIC:	KNOWING THE SKILLS AND LEARNING REQUIRED BY THE INDUSTRY FOR THE FUTURE	
PROBLEM:	Teaching behind reality – not knowing the requirements until they occur	
DEFINTION OF PROBLEM	<ul style="list-style-type: none"> • Lack of networking between industry and education • Lack of flexibility of authorities for schools to take consistent and quick actions for developing curriculums and structure of teaching • Technology is developing faster than industry and therefore education • Teachers can be quite rigid in their knowledge and willingness to develop their own skills 	
STAKEHOLDERS INVOLVED IN THIS PROBLEM	<ul style="list-style-type: none"> • Industry • Education institutions • Governments • Society • Teachers 	
HOW CAN IT BE SOLVED? RECOMMENDATIONS / PROJECTS	<ul style="list-style-type: none"> • Consistent networking between curriculum developers and the industry • Research on an international context by all stakeholders • Creative teaching and learning through some project based techniques and assessments • Governments to introduce more flexible climate for change and development • Industry to introduce mentors for the students 	
TIME SCALE	Ongoing and continuous	

TEAM DILEMMA TOPIC:	THE NEGATIVE IMAGE OF THE HOSPITALITY SECTOR IN SOCIETY	
PROBLEM:	Hospitality and tourism has been considered as a difficult and unattractive industry to work in	
DEFINTION OF PROBLEM	<ul style="list-style-type: none"> • Anti-social profession • Low remuneration • Lack of fair working conditions • Lack of social status • Unattractive 	
STAKEHOLDERS INVOLVED IN THIS PROBLEM	<ul style="list-style-type: none"> • Governments • Non-Governmental Organizations (NGO's) • Tourism students • Media • School instructors • Private sector 	
HOW CAN IT BE SOLVED? RECOMMENDATIONS / PROJECTS	<ul style="list-style-type: none"> • To create a “popular star” that can change the image of the industry and attract people to the industry. Use of the Media • Government support for the private sector for improved regulations and legislations • Create a union for the tourism industry • Schools must create awareness for the students to be aware of the industry and the importance of studying tourism and hospitality • Students must be “service minded” to be accepted on the program – this can be through direct related questions in the initial interview to check motivation for the industry • Real expectations must be set for students through a strong mentoring system in the school and sector – particularly during internship. • Case studies of positive careers in tourism must be demonstrated from all stakeholders 	
TIME SCALE	10 Years	



ACCOR & EURHODIP

The Accor firm with its various brands has been and is a beneficiary for many years of our EURHODIP students worldwide. They have declined their commitment to collaborate by writing in our magazine.

Apparently, our Association is not of interest to a corporation that should worry about qualifying and training its employees by choosing the path of the best candidates. However, they will have to choose to search for candidates in the market without valuing our titles and the added values that our universities contribute to the hotel industry.

This highlights the foolhardy interest in training that some successful hotel industries which see tourism and hospitality as an open field for the exploitation of human capital at low cost.

EURHODIP has been working for 30 years across 35 countries; in more than 180 universities and colleges of further education discovering and training the best talents that this growing sector demands. Behind us there are thousands of teachers dedicated to the art of teaching and thousands of students that Accor despises. We never receive help from your brand like so many others should do to improve the level and innovation of the hospitality industry. In addition, the prestige of our alumni in the entire hospitality industry of the world and the sense of colleagues who help each other by weaving a social mesh that increases every day is recognized.

We cannot allow any brand to stop collaborating with us in this task because we need each other. With this exception, however, we have the cooperation of the entire sector. Because education, in case Accor does not know it, is becoming more than ever a required participatory collaboration between the State, the company, and the training institutions.

If they don't see this in Accor, no matter how big they are, they are nearsighted. No company can go about training by itself; even less, keep itself alive.

That was before.

Nor can you buy the training now. You can only buy methods or systems or platforms. Because education is a product of collaboration. Training in a company requires so much money to do it well; that not even Accor can support it by its own means.

To train in pluralism, employees must leave their company, at the risk of losing them sometimes.

The absolutism of a brand at the mercy of a group of executives and the demand for short-term goals do not make the brand.

Fortunately, the competition in this sector is so great that our EURHODIP students can become the best directors in the world without having to do internships in Accor.

La firme Accor avec ses différentes marques a été et est depuis de nombreuses années le bénéficiaire de nos étudiants EURHODIP dans le monde. Ils ont décliné leur engagement à collaborer dans notre magazine.

Apparemment, notre Association n'intéresse pas une entreprise qui devrait se soucier de qualifier et de former ses employés en choisissant la voie des meilleurs candidats. Cependant, ils devront choisir de rechercher des candidats sur le marché sans valoriser nos titres et les valeurs ajoutées que nos écoles et universités apportent à l'hôtellerie.

Cela met en évidence l'intérêt inconsidéré pour la formation de certaines industries hôtelières prospères qui ont le tourisme et l'hospitalité comme un champ ouvert pour l'exploitation du capital humain à faible coût.

EURHODIP travaille depuis 30 ans dans 35 pays; dans plus de 180 universités et écoles supérieures découvrant et formant les meilleurs talents que ce secteur en pleine croissance exige. Derrière nous, il y a des milliers d'enseignants dédiés à l'art d'enseigner et des milliers d'étudiants que Accor méprise. Nous ne recevons jamais d'aide de votre marque comme tant d'autres devraient le faire pour améliorer le niveau et l'innovation de l'industrie hôtelière. De plus, le prestige de nos diplômés dans l'ensemble de l'industrie hôtelière du monde et le sens des collègues qui s'entraident en tissant un maillage social qui augmente chaque jour est reconnu.

Nous ne pouvons permettre à aucune marque de cesser de collaborer avec nous dans cette tâche, car nous avons besoin les uns des autres. À cette exception, nous avons cependant la coopération de l'ensemble du secteur. Car l'éducation, au cas où Accor l'ignorera, devient plus que jamais une collaboration participative indispensable entre l'Etat, l'entreprise et les institutions de formation.

S'ils ne voient pas cela chez Accor, quelle que soit leur taille, c'est qu'ils sont myopes. Aucune entreprise ne peut se charger seule de la formation; encore moins de la garder en vie.

Ça, c'était avant.

Vous ne pouvez pas non plus acheter la formation maintenant. Vous ne pouvez acheter que des méthodes, des systèmes ou des plates-formes. Parce que l'éducation est un héritage de collaboration. La formation en entreprise nécessite tellement d'argent pour bien le faire; même Accor ne pourrait pas le soutenir par ses propres moyens.

Pour former dans la pluriformité, les employés doivent sortir de leur entreprise, au risque de les perdre parfois.

L'absolutisme d'une marque à la merci d'un groupe de cadres et la demande d'objectifs à court terme ne font pas la marque.

Heureusement, la concurrence dans ce secteur est si grande que nos étudiants EURHODIP peuvent devenir les meilleurs directeurs du monde sans avoir à effectuer de stage chez Accor.

luisdelezama

Luis de Lezama.
President.
luisdelezama@grupolezama.es
EURHODIP MAGAZINE

FUNDADA EN 1879
Compañía Vinícola
C.V.N.E. del Norte de España



*The house that gave Rioja its fame.
Since 1879*

★★★ EURHODIP COMPETITIONS



EURHODIP VIDEOREATION COMPETITION

With the aim of promoting cultural exchange, underlining the most important moments of each school and getting to know the inner workings of each one of the participating centres, this competition aims to encourage, in a participative way, the student's motivation, highlighting the school's values and main attributes. In a visual format, they will be able to show the school and extracurricular activities, the day-to-day events or even particular stories from the course.

Bearing this concept in mind, the objective of these videos will be to exchange and share the things that define us as schools, as well as to bring together all of the members of the association.

The videoreation competition is open to all Eurhodip members to present their own videos about activities carried out in their centres.

More than 15 schools were part of the 2019 edition. Congratulations to all the participants and a special recognition to the three first schools.

**Testimonial from
Pierre-Antoine DUBUIS,
Academic Director
at Vatel Switzerland:**



Dans le but de promouvoir les échanges culturels, de souligner les moments les plus importants de chaque école et de découvrir les actions de chacun des centres participants, ce concours vise à encourager, de manière participative, la motivation des élèves, en mettant en valeur les valeurs et attributs principaux. Dans un format visuel, ils pourront montrer l'école et les activités parascolaires, les événements quotidiens ou même des histoires particulières du cours.

Ayant ce concept en tête, l'objectif de ces vidéos est d'échanger et de partager ce qui nous définit en tant qu'écoles, ainsi que de rassembler tous les membres de l'association. Le concours de création vidéo est ouvert à tous les membres d'Eurhodip pour présenter leurs propres vidéos sur les activités menées dans leurs centres.

Plus de 15 écoles ont participé à l'édition 2019. Félicitations à tous les participants et une reconnaissance toute spéciale aux trois premières écoles.



1st Prize
Vatel
SWITZERLAND



2nd Prize
Escuela Superior de
Hostelería de Sevilla
SPAIN



3rd Prize
Schule für Hotel
und Tourismusma
gement Wiesau
GERMANY



BEST EURHODIP HOTEL

In EURHODIP, we believe that the relationship between schools and industry is fundamental.

We teach our students the skills they need to work in the tourism industry, and we are provided with internships and jobs placement for our students.

This prize has been given for the high level in the quality and learning of the practices developed by the hotel, effectively identifying the student's profile to offer a great opportunity for professional development that begins with the practices and that subsequently allows them to integrate into the workplace. On the other hand, we would like to highlight the active role played by Mr. Pedro HIDALGO, Director of Human Resources. It is important to emphasize his special involvement in the selection and management of practices, continuous advice, evaluation and monitoring of the student, as well as his personal commitment as a mentor to the students.

Chez EURHODIP, nous pensons que la relation entre les écoles et l'industrie est fondamentale.

Nous enseignons à nos étudiants les compétences dont ils ont besoin pour travailler dans l'industrie du tourisme, et nous proposons des stages et des emplois pour nos étudiants.

Ce prix a été décerné pour le haut niveau de qualité et d'apprentissage des processus de stage développés par l'hôtel, identifiant efficacement le profil de l'étudiant pour offrir une excellente opportunité de développement professionnel qui commence par les stages et qui leur permet ensuite de s'intégrer dans le lieu de travail. D'autre part, nous voudrions souligner le rôle actif joué par M. Pedro HIDALGO, Directeur des Ressources Humaines. Il est important de souligner son implication particulière dans la sélection et la gestion des stages, les conseils continus, l'évaluation et le suivi de l'étudiant, ainsi que son engagement personnel en tant que mentor des étudiants.



Kempinski Bahía Estepona – SPAIN
directed by Mr. BETHKE



Mr. Pedro HIDALGO receiving EURHODIP Prize
from Mrs. Nafya Guden, General Secretary.



PRIZE FOR INNOVATION IN TOURISM AND HOSPITALITY EURHODIP

With it we want to promote those initiatives that transcend borders and reveal new products and new ways of doing things. In this way, we will encourage companies to undertake the creation of new formats for the promotion of tourism and hospitality in a time when the sun, the sea and the mountains, the historical monuments are no longer valid, the new technological era needs to provide new formats to present them.

That is why we instituted this FIRST PRIZE FOR INNOVATION IN TOURISM AND HOSPITALITY EURHODIP in the tourism and hospitality industry.

This first prize has been awarded to Mr. POLOLIKASHVILI, Secretary General of the UNWTO for having succeeded in innovating and promoting UNWTO with new ideas for cooperation in his projects, attracting the reincorporation of countries and sponsorship of tourism industries and even innovating procedures.

With this we want to promote those initiatives that transcend borders and reveal new products and new ways of doing things. In this way, we will encourage companies to undertake the creation of new formats for the promotion of tourism and hospitality in a time when the sun, the sea and the mountains, the historical monuments are no longer valid, the new technological era needs to provide new formats to present them.

C'est pourquoi nous avons institué ce PREMIER PRIX D'INNOVATION EN TOURISME ET HOSPITALITÉ EURHODIP dans l'industrie du tourisme et de l'hôtellerie.

Ce premier prix a été décerné à M. POLOLIKASHVILI, Secrétaire général de l'OMT pour avoir réussi à innover et à promouvoir l'OMT avec de nouvelles idées de coopération dans ses projets, en attirant la réintroduction de pays et le parrainage des industries touristiques et même des procédures innovantes.



Director of Affiliate Members from the UNWTO,
Mr. Ion VILCU, receiving the Innovation
prize in the name of SG of the UNWTO Mr. Zurab
Pololikashvili.

INTERNATIONAL GOURMETS FAIR SALON INTERNATIONAL GOURMETS

The International Fine Food and Beverages Fair, leader in high-end products and one of the most prestigious in the world of its kind. With a history of 34 consecutive events, growing numbers and a purely commercial spirit, this professional fair is aimed at national and international visitors: the hotel trade, catering, agri-food distribution, catering, specialized trade, etc.

The 2019 edition has been an opportunity for Eurhodip student representatives to meet in Madrid, from the 8th until the 11th of April thanks to EURHODIP and to their school. 10 students: Klara TULICIC from University of Pula, Faculty of Interdisciplinary , Italian and Cultural Studies (Croatia), Ana PROTNER from Vocational College of Hospitality and Tourism Maribor (Slovenia), Sacha MAIN from Final International University (North Cyprus), Daria OSIPOVA from Russian International Academy of Tourism RIAT Moscow (Russia), Manuel FREITAS from Escola de Hotelaria e Turismo de Lisboa (Portugal), Tiago OLIVEIRA from Escola de Hotelaria e Turismo do Algarve (Portugal), Andre FELIPE from Escola de Hotelaria e Turismo de Coimbra (Portugal), Andre JESUS from Escola de Hotelaria e Turismo do Douro-Lamego (Portugal), Silvia GARCIA from Escuela de Hostelería de Madrid (Spain) and Sasha ALDERLIESTE from Escuela Superior de Hostelería de Sevilla (Spain).

In the program: EURHODIP stand, Cultural activities, Discovering and tasting new products, Workshops, Diner and Meeting with Mr. LEZAMA, Meeting with EURHODIP Coordinator, Meeting with President of Grupo GOURMETS, Mr. LOPEZ CANIS. 4 full days!

Watch the summary in the two great videos made by one of the participants, Tiago Oliveira scanning the QR Codes below.



Video 1



Video 2



34

12 - 15
April 2021

Madrid,
Spain

Feria Internacional de
Alimentación y Bebidas
de Calidad

IFEMA
Feria de Madrid España

International Fine
Food & Beverages Fair

IFEMA
Madrid Exhibition Center
Spain



ONLY
PROFESSIONALS

50.000 Products
100.000 Professional
2.000 Exhibitors

SALÓN GOURMETS



NEWS FROM OUR MEMBERS

Guests on Earth: SUSTAINABILITY IN HOSPITALITY

Invités sur Terre: DURABILITÉ DE L'HOSPITALITÉ



**Dr. Elena
CAVAGNARO**

Stenden Hotel Management School is Europe's largest hotel school. Part of NHLStenden university of Applied Sciences in Leeuwarden, Friesland, it is also home to AIHR, the Academy for International Hospitality Research (<https://www.stendenaihr.com/>) and has its own peer-reviewed academic journal, *Research in Hospitality Management*. AIHR conducts academic and industry research and supports Ad, BA and Masters research students under the guidance of three UAS Professors – Professorship in Sustainability in Hospitality & Tourism, Professorship in Hospitality Studies and Professorship in Innovation.

Dr. Elena Cavagnaro was appointed professor of 'Sustainability in Hospitality and Tourism' at Stenden Hotel Management School in 2014. Since then her professorship has undertaken several projects aimed at supporting the hospitality industry to become more sustainable. The motto of the professorship is 'Guests on Earth' and signifies that we are all guests on earth and that the hospitality industry, where the relationship between hosts and guests is central, is in a perfect position to contribute to a more socially equitable and environmentally sound world.

Among the projects carried out by the professorship is one completed in 2017 on food waste reduction; one still running on nudging staff and guests towards healthier food choices; and one that will start shortly on circularity in hospitality.

Concerning food waste, one should consider that between 1.91 and 2.63 billion kilos of food are wasted in the Netherlands each year. This wastage results in additional energy use, CO₂ emissions, and unnecessary use of raw materials. Households contribute the largest percent to food waste (38%); yet it is also reckoned that one in six meals produced by the hospitality industry is wasted. Despite a range of policy initiatives and a European year against food waste (2014), the European target of wasting 50% less food by 2020 is not even close to being achieved. The behaviour that leads to food waste appears to be persistent. This ob-

serve prompted the idea of looking more deeply into how insights from behavioural science could help to reduce food waste. The Management Team of the Plant Supply Chain and Food Quality Department at the Dutch Ministry of Economic Affairs in January 2015 undertook a project aimed at designing, applying, and evaluating interventions to reduce food waste. Experiments were held in collaboration with the Royal Dutch Hotel and Catering Association at three restaurants, at Landal GreenParks, and at Ibis Hotel (a brand of Accor). The professorship was asked to consult with the Ministry due to its knowledge of the industry, and to lead the project with Ibis. What we learnt, is that most operators in the hospitality industry are well aware of food waste, and already try to reduce it. They are also very keen to implement any feasible suggestion as soon as possible. By reducing the default quantity of side dishes and simultaneously lowering prices, the amount of food left over on plates at one of the restaurants was reduced by 31%. Guests tend to leave food on side dishes because they have not ordered it and therefore do not feel responsible for wasting it. By lowering the standard quantity offered, while informing guests that they can always ask for more, not only is food waste reduced but a natural, additional moment for interaction between host and guests is created.

Together with Landal GreenParks, an experiment was launched to combat food waste in holiday cottages. A baseline assessment and a field study showed that food waste occurs primarily because guests bring too much food with them from home (loss aversion) and take too little food home with them at the end of their stay (mental accounting). Two interventions were tested. Whereas a planner that guests received two weeks in advance made no difference, a free cooler bag in which to take food home did result in less food waste. According to conservative estimates, rolling out this intervention would lead to reducing food waste by 2,000 kg per holiday park each year. At Ibis the focus of the project was on reducing food waste from the breakfast buffet. A first round of observation showed that Ibis already implemented several measures to reduce food waste, such as using smaller serving dishes at the end of the breakfast shift. In this way the quantity of food offered is reduced while the appearance of a generous buffet is kept. Observation and measurement learnt that the vast majority of wasted food did not come from guests but was the result of kitchen operations and packaging quantities. This result was unexpected and is so counterintuitive that when it is shared with other hospitality professionals, they have difficulty in believing it. This suggests professionals in the industry should learn to assume less and research more!

The second project by the professorship is a public-private collaboration among more than thirty partners, including Wageningen University and Research Centre (WURC) and Accor Hotels. The aim of the project is to nudge staff and guests in hospitals and hospitality settings to choose a healthy food option. 'Healthy' here means a food choice that is healthier for people but also for our planet, i.e. dishes with less animal proteins and more vegetables. Nudges are positive reinforcements and indirect suggestions designed to influence behaviour. Nudges do not restrict people's freedom of choice; they only frame a specific option in a way that makes it more attractive to them. The hospitality industry, often un-

science du comportement pourraient aider à réduire le gaspillage alimentaire. En janvier 2015, l'équipe de direction du département de la chaîne d'approvisionnement des plantes et de la qualité des aliments du ministère néerlandais des Affaires économiques a entrepris un projet visant à concevoir, appliquer et évaluer des interventions visant à réduire le gaspillage alimentaire. Des expériences ont été menées en collaboration avec la Royal Dutch Hotel and Catering Association dans trois restaurants, à Landal GreenParks et à l'Hôtel Ibis (une marque du groupe Accor). La chaire a été invitée à consulter le ministère en raison de sa connaissance de l'industrie et à diriger le projet avec Ibis. Ce que nous avons appris, c'est que la plupart des opérateurs de l'industrie hôtelière sont bien conscients du gaspillage alimentaire et essaient déjà de le réduire. Ils sont également très désireux de mettre en œuvre toute suggestion possible dès que possible. En réduisant la quantité par défaut de plats d'accompagnement et en baissant simultanément les prix, la quantité de nourriture restante dans les assiettes dans l'un des restaurants a été réduite de 31%. Les clients ont tendance à laisser de la nourriture sur les plats d'accompagnement car ils ne l'ont pas commandé et ne se sentent donc pas responsables de le gaspiller. En réduisant la quantité standard offerte, tout en informant les clients qu'ils peuvent toujours en demander plus, non seulement le gaspillage alimentaire est réduit, mais un moment supplémentaire naturel d'interaction entre l'hôte et les invités est créé.

En collaboration avec Landal GreenParks, une expérience a été lancée pour lutter contre le gaspillage alimentaire dans les gîtes. Une évaluation de base et une étude sur le terrain ont montré que le gaspillage alimentaire se produit principalement parce que les clients apportent trop de nourriture avec eux de la maison (aversion aux pertes) et emportent trop peu de nourriture avec eux à la fin de leur séjour (comptabilité mentale). Deux interventions ont été testées. Alors qu'un planificateur que les invités avaient reçu deux semaines à l'avance ne faisait aucune différence, un sac isotherme gratuit dans lequel ramener de la nourriture à la maison entraînait moins de gaspillage alimentaire. Selon des estimations prudentes, le déploiement de cette intervention entraînerait une réduction du gaspillage alimentaire de 2 000 kg par parc de vacances chaque année. Chez Ibis, l'objectif du projet était de réduire le gaspillage alimentaire du petit déjeuner buffet. Une première série d'observations a montré qu'Ibis avait déjà mis en œuvre plusieurs mesures pour réduire le gaspillage alimentaire, comme l'utilisation de plats de service plus petits à la fin du quart de petit-déjeuner. De cette façon, la quantité de nourriture offerte est réduite tout en gardant l'apparence d'un buffet généreux. L'observation et la mesure ont appris que la grande majorité des aliments gaspillés ne provenaient pas des invités mais étaient le résultat des opérations de cuisine et des quantités d'emballage. Ce résultat était inattendu et est tellement contre-intuitif que lorsqu'il est partagé avec d'autres professionnels de l'hôtellerie, ils ont du mal à le croire. Cela suggère que les professionnels de l'industrie devraient apprendre à moins croire les idées reçues et à rechercher davantage!

Le deuxième projet de la chaire est une collaboration public-privé entre plus de trente partenaires, dont l'Université de Wageningen et Accor Hôtels. Le but du projet est d'inciter le personnel et les clients des hôpitaux et des structures d'accueil à choisir



knowingly, already implements nudges on a large scale. Think for example of the 'menu of the day', a nudge signaling to guests an easy choice that they perceive as fresher and cheaper than à la carte dish. A previous study from Wageningen University and Research Centre (WURC) together with GreenDish and Van der Valk Hotels has shown that guests do not notice if the meat component on their dish is reduced by up to 20% provided that the vegetable component is increased and more attention is given to the vegetables' preparation and presentation on the plate. The 'Healthy food for hospitals and hospitality' project wishes to capitalize on these results and aims at designing, testing, and evaluating nudges that have effect on food choices by staff and guests in the long term. This means that nudges should be designed that interfere as little as possible with kitchen operations, have the support of staff, and increase guests' satisfaction. Results are expected in 2021.

The third project started officially in January 2020 and concerns circularity in hospitality, involving six partners in Friesland. Circular economy is about closing material and energy loops, so that any material can either go back into nature without polluting it or be reused again to build new products without any loss of quality. In the process only renewable energy should be used. Circular economy goes much further than ecoefficiency and recycling. Ecoefficiency only reduces the amount of energy and resources used, while circularity aims at making use of new raw materials close to zero. Recycling goes at the expense of a material's quality, because products are seldom designed to be recycled. Circular economy aims at redesigning all products and services so that raw materials can be used indefinitely, without loss of quality. Considering the high environmental impact of the hospitality industry (tourism is responsible for 5% to 8% of global CO₂ emissions), it is urgent to support its transition towards circularity. Yet, while circularity has been successfully applied to production, it is still an open question as to how it could be applied to a service industry such as hospitality.

The Dutch government has embraced circularity and at the local level several initiatives have flourished. The first initiative aimed at integrating circularity in hospitality in the Netherlands was developed by the Municipality in Amsterdam. It largely focuses on the urban context and specific actors in hospitality: high scale, branded hotels. A Circular Economy, though, should be implemented also in non-urban areas and should be embraced by the whole spectrum of organisations forming the hospitality industry: hotels, holiday parks, camping, restaurants, and cafes. Moreover, it should also focus also on smaller hospitality businesses, because these constitute the vast majority of companies. Therefore, the project initiated by the professorship brings together hotels, restaurants and a holiday park in the rural province of Friesland. Its aim is to move forward, leaving behind the focus on doing less harm to become more innovative and creative. Even though the final focus of the project will be decided by all partners during the kick off in January, on the basis of the conversations we have had until now, we expect to divide our time between small but very important activities such as getting rid of all plastics to more ambitious goals such as researching the feasibility of a full circular boutique hotel.

Elena Cavagnaro has been invited as a key note at the Eurhodip conference in The Netherlands in November 2020. She will then show how Stenden HMS not only addresses sustainability in research, but also in education.

For more information on Stenden HMS please visit:
<https://www.nhlstenden.com/stendenhms>

une option d'alimentation saine. «Sain» signifie ici un choix alimentaire plus sain pour les personnes mais aussi pour notre planète, c'est-à-dire des plats avec moins de protéines animales et plus de légumes. Les coups de pouce sont des renforcements positifs et des suggestions indirectes conçus pour influencer le comportement. Les coups de coude ne restreignent pas la liberté de choix des gens; ils encadrent uniquement une option spécifique d'une manière qui la rend plus attrayante pour eux. L'industrie hôtelière, souvent sans le savoir, met déjà en œuvre des coups de coude à grande échelle. Pensez par exemple au «menu du jour», un coup de coude signalant aux clients un choix facile que vous percevez comme plus frais et moins cher qu'un plat à la carte. Une étude précédente de l'Université de Wageningen en collaboration avec GreenDish et Van der Valk Hotels a montré que les clients ne remarquent pas si le composant de viande dans leur plat est réduit jusqu'à 20% à condition que le composant végétal soit augmenté et qu'une plus grande attention soit accordée à la préparation et à la présentation des légumes dans l'assiette. Le projet «Des aliments sains pour les hôpitaux et l'hospitalité» souhaite capitaliser sur ces résultats et vise à concevoir, tester et évaluer des coups de coude qui ont un effet sur les choix alimentaires du personnel et des invités à long terme. Cela signifie que les coups de coude doivent être conçus de manière à interférer le moins possible avec les opérations de la cuisine, à bénéficier du soutien du personnel et à accroître la satisfaction des clients. Les résultats sont attendus en 2021.

Le troisième projet a démarré officiellement en janvier 2020 et concerne la circularité de l'hospitalité, impliquant six partenaires en Frise. La circularité consiste à fermer les boucles de matériaux et d'énergie, de sorte que tout matériau peut soit retourner dans la nature sans la polluer, soit être réutilisé pour construire de nouveaux produits sans perte de qualité. Dans le processus, seule l'énergie renouvelable doit être utilisée. La circularité va bien au-delà de l'éco-efficacité et du recyclage. L'éco-efficacité ne fait que réduire la quantité d'énergie et de ressources utilisées, tandis que la circularité vise à une utilisation de nouvelles matières premières proches de zéro. Le recyclage se fait au détriment de la qualité d'un matériau, car les produits sont rarement conçus pour être recyclés. La circulaire vise à repenser tous les produits et services afin que les matières premières puissent être utilisées indéfiniment, sans perte de qualité. Compte tenu du fort impact environnemental de l'industrie hôtelière (le tourisme est responsable de 5 à 8% des émissions mondiales de CO₂), il est urgent de soutenir sa transition vers la circularité. Pourtant, bien que la circularité ait été appliquée avec succès à la production, il reste à savoir comment elle pourrait être appliquée à une industrie de services telle que l'hôtellerie.

Le gouvernement néerlandais a adopté la circularité et au niveau local, plusieurs initiatives ont prospéré. La première initiative visant à intégrer la circularité dans l'hôtellerie aux Pays-Bas a été développée par la municipalité d'Amsterdam. Elle se concentre en grande partie sur le contexte urbain et les acteurs spécifiques de l'hôtellerie: les hôtels de grandes chaînes. Une économie circulaire, cependant, devrait être mise en œuvre également dans les zones non urbaines et devrait être embrassée par l'ensemble des organisations formant l'industrie hôtelière: hôtels, parcs de vacances, camping, restaurants et cafés. En outre, elle devrait se concentrer également sur les petites entreprises hôtelières, car celles-ci constituent la grande majorité des entreprises. Ainsi, le projet initié par la chaire regroupe des hôtels, un restaurant et un parc de vacances dans la province rurale de Frise. Son objectif est d'aller de l'avant, en laissant de côté le souci de faire moins de mal pour devenir plus innovant et créatif. Même si l'objectif final du projet sera décidé par tous les partenaires lors du lancement en janvier, sur la base des conversations que nous avons eues jusqu'à présent, nous prévoyons de partager notre temps entre des activités petites mais très importantes telles que de se débarrasser de tous les plastiques à de grands objectifs aérés tels que la recherche de la faisabilité d'un hôtel de charme complètement circulaire.

Elena Cavagnaro a été invitée en tant que conférencière à la conférence EURHODIP qui aura lieu aux Pays-Bas en novembre 2020. Ce sera l'occasion de montrer comment Stenden HMS donne une place importante à la durabilité dans ses recherches mais aussi dans son éducation.

Pour de plus amples informations sur Stenden HMS, veuillez aller sur: <https://www.nhlstenden.com/stendenhms>

International Congress Tourism in islands: DYNAMICS AND CHALLENGES

Congrès International Tourisme dans les îles: DYAMIQUES ET DÉFIS



**Cristiana
OLIVEIRA**

Rector at Universidad Europea de Canarias.
International Congress Tourism in Island-Chair.



**Elena
PÉREZ**

Associate professor at Universidad Europea de Canarias.
International Congress Tourism-Organizing Committee.

Tourism income can support livelihoods in many island communities. It is also uniquely placed to benefit from, and provide support for, the special cultural and natural heritage assets which are a feature of so many of the world's islands. Tourism has become an activity in many island destinations that has helped them to develop and grow economically, but also to express very complex realities to the point of creating their own characteristics. Within these realities, the islands, the paradise for many sun and beach tourists, are not on the margins of current trends in strategic planning and are redefining products under the idea of sustainability and differentiation – natural and cultural heritage – and with a high social participation in decision making and tourism governance developments that emerge from the island environment. **The importance of tourism for islands should not just be seen from a macroeconomic perspective.**

The European University of the Canary Islands and Institute Superior de Ciências Empresariais e do Turismo in Portugal organized last November, in La Orotava (Canary Islands, Spain), the congress "Tourism in Island in the XXI century: dynamics and Challenges". This event aims to be a meeting place for all key players who are interested in tourism management of island destinations. In these destinations multiple and different social, economic, environmental and cultural factors come together to face great challenges. Tourists are changing and transforming leisure time by promoting the creation of new tourism products; they are also more aware of the necessary sustainability of our territories and of the importance of including local communities in tourism planning. From the European University of the Canary Islands, we wanted to encourage a space for professionals and friends to talk about it. What prompted La Universidad Europea de Canarias to host such an ambitious international congress on tourism here in the Island? It is fair to say that the tourism sector is an essential part of not only the Canarian economy, but of the Spanish economy, at large. This initiative first came about two years ago when La Universidad Europea de Canarias became aware that this sector has yet to contribute both in terms of a training and research institution. Holding an international congress on tourism in the island therefore became both a necessity and an opportunity for participants from all over the world, especially those who work **for the development of tourism, in education, and in research** to meet, to exchange experiences, to listen, to discuss, to share information and to plan for the future. On the mission we set out to achieve at the Universidad Europea de Canarias, coupled with the increasing interest in tourism here in the island, there was a clear need to develop guidelines and recommendations for promoting this sector by organizing the first international congress around three specific points, namely, research, internationalization and innovation. Research is an important

Les revenus du tourisme peuvent soutenir les moyens de subsistance dans de nombreuses communautés insulaires. Il est également idéalement placé pour bénéficier des atouts particuliers du patrimoine culturel et naturel qui caractérisent tant d'îles du monde et leur apporter un soutien. Le tourisme est devenu une activité dans de nombreuses destinations insulaires qui les a aidées à se développer et à se développer économiquement, mais aussi à exprimer des réalités très complexes au point de créer leurs propres caractéristiques. Au sein de ces réalités, les îles, paradis pour de nombreux touristes du soleil et de la plage, ne sont pas en marge des tendances actuelles de la planification stratégique et redéfinissent les produits sous l'idée de durabilité et de différenciation - patrimoine naturel et culturel - et avec une forte participation sociale dans la prise de décision et l'évolution de la gouvernance du tourisme qui émergent de l'environnement insulaire. **L'importance du tourisme pour les îles ne doit pas seulement être considérée dans une perspective macroéconomique.**

L'Université européenne des îles Canaries et l'Institut Supérieur de Ciências Empresariais e do Turismo au Portugal ont organisé en novembre dernier, à La Orotava (îles Canaries, Espagne), le congrès «Le tourisme insulaire au XXI siècle: dynamiques et défis». Cet événement se veut un lieu de rencontre pour tous les acteurs clés intéressés par la gestion touristique des destinations insulaires. Dans ces destinations, des facteurs sociaux, économiques, environnementaux et culturels multiples et différents se rencontrent pour faire face à de grands défis. Les touristes changent et transforment les loisirs en encourageant la création de nouveaux produits touristiques; ils sont également plus conscients de la durabilité nécessaire de nos territoires et de l'importance d'inclure les communautés locales dans la planification du tourisme. Depuis la Universidad Europea de Canarias, nous voulions encourager un espace entre professionnels et amis pour en parler. Qu'est-ce qui a incité La Universidad Europea de Canarias à accueillir un congrès international du tourisme aussi ambitieux ici sur l'île? Il est juste de dire que le secteur du tourisme est un élément essentiel non seulement de l'économie canarienne, mais aussi de l'économie espagnole dans son ensemble. Cette initiative a vu le jour il y a environ deux ans lorsque La Universidad Europea de Canarias a pris conscience que ce secteur n'avait pas encore contribué à la fois en termes d'institution de formation et aussi de recherche. La tenue d'un congrès international sur le tourisme dans l'île est donc devenue à la fois une nécessité et une opportunité pour les participants du monde entier, en particulier ceux qui travaillent pour le développement du tourisme, dans l'éducation et dans la recherche pour se rencontrer, échanger des expériences, écouter, pour discuter, partager des informations et planifier pour l'avenir. Sur la mission que nous nous sommes fixés à l'Universidad Europea de Canarias, couplée à l'intérêt croissant pour le tourisme ici sur l'île, il était clairement nécessaire d'élaborer des lignes directrices et des recommandations pour promouvoir ce secteur en organisant le premier congrès international autour de trois points importants, à savoir : la recherche, l'internationalisation et l'innovation. La recherche est une partie importante du travail effectué par



part of the work carried out by the faculty at La Universidad Europea de Canarias, where there is more and more an increasing involvement and dedication into the world of research observable through tourism-based scientific publications in some of the high-impact international journals. One of the goals of Universidad Europea de Canarias has always been to make this university known as an international reference in terms of both teaching and learning about Tourism. After all, Tenerife (Canary Islands) is one of the best-known tourist destinations worldwide. This is exactly why we are committed to offering internationally oriented training to our students, providing an integral vision in an effort to ensure that they can develop successfully in any working environment worldwide. Our academic approach makes innovation one of the main focuses of our education system and another of our goals is the commitment to turn students into future professionals with high employability and great entrepreneurial ambitions so as to be able to cope with the business and social changes constantly brought about by technology. It is for this purpose that a bachelor's and a master's degrees in tourism were designed and implemented at La Universidad Europea de Canarias with the aim of providing future professionals in this sector with substantial knowledge and training. As educators, we set out to take the university beyond the borders of its campus through research work carried out on current tourism and its projection towards the future.

The congress received more than 70 proposals from representatives of 20 different countries. The papers presented were the best research in natural and cultural resources in island territories; marketing of intelligent and strategic tourism; best practices in sustainable tourism management; climate change and challenges for islands; entrepreneurship and innovation; and improving the tourism image on islands.

Universities from all over Spain were represented. From Madrid, A Coruña, Vigo, León, Balearic Islands, Girona, Extremadura as well as from Canarian universities, and also colleagues from different universities in the United Arab Emirates, the Philippines, Portugal, France, Madeira, Belgium, Cape Verde, the United Kingdom, Ecuador, Turkey, Sweden, Uruguay, Hong Kong, among many others.

Today, the world is at the crossroads with constant changes occurring worldwide, and our archipelago is not exempt from current trends in strategic planning. How we secure sustainable growth in tourism will therefore depend heavily on the ability to redefine the course of actions under certain principles of sustainability and differentiation of natural and cultural heritage in an effort to generate high social participation. Based on its unique characteristics (such as the costs of insularity, water, territory, image, paradise, energy), Tenerife was certainly the best place to debate and reflect on the opportunities and contradictions generated by tourism in island areas.

The congress was a unique opportunity to get to know and exchange experiences and research on tourism in the islands, a place where we can work on the tourist models of the islands from a triple perspective: environmental, economic and cultural. The congress allowed us to generate alliances and work networks in research and knowledge transfer in tourism management, as well as a reference model for our students and their training.

Link to Universidad Europea de Canarias:
<https://universidadeuropea.es/canarias>

le corps professoral de la Universidad Europea de Canarias, où il y a de plus en plus une implication et un dévouement croissants dans le monde de la recherche observables à travers des publications scientifiques basées sur le tourisme dans certaines des plus importantes revues internationales. L'un des objectifs de la Universidad Europea de Canarias a toujours été de faire de cette université une référence internationale en termes d'enseignement et d'apprentissage du tourisme. Après tout, Tenerife (îles Canaries) est l'une des destinations touristiques les plus connues dans le monde. C'est pour cela que nous nous engageons à proposer à nos étudiants des formations orientées vers l'international, offrant une vision intégrale dans un effort de leur assurer un développement positif dans n'importe quel environnement de travail à l'international. Notre approche académique fait de l'innovation l'un des principaux foyers de notre système éducatif et nous avons aussi comme objectif l'engagement de transformer les étudiants en futurs professionnels à forte employabilité et aux grandes ambitions entrepreneuriales afin de pouvoir faire face aux mutations économiques et sociales constamment induites par la technologie. C'est à cette fin qu'un BTS et une Maîtrise en tourisme ont été conçus et mis en œuvre à La Universidad Europea de Canarias dans le seul but de fournir aux futurs professionnels de ce secteur des connaissances et une formation substantielles. En tant qu'éducateurs, nous avons voulu emmener l'université au-delà des frontières de son campus à travers des travaux de recherche menés sur le tourisme actuel et sa projection vers l'avenir.



Le congrès a reçu plus de 70 propositions de représentants de 20 pays différents. Les articles présentés étaient les meilleures recherches sur les ressources naturelles et culturelles des territoires insulaires; commercialisation du tourisme intelligent et stratégique; les meilleures pratiques de gestion durable du tourisme; changement climatique et défis pour les îles; l'esprit d'entreprise et l'innovation; et l'amélioration de l'image touristique sur les îles.

Des représentants de toute l'Espagne se sont réunis. Nous pourrions citer les universités de Madrid, de La Corogne, de Vigo, de León, des îles Baléares, de Gérone, d'Extremadure, des Canaries, ainsi que des collègues de différentes universités des Émirats Arabes Unis, des Philippines, du Portugal, de France, de Madère, de Belgique, du Cap-Vert, du Royaume-Uni, d'Équateur, de Turquie, de Suède, d'Uruguay, d'Hong Kong, entre autres.

Aujourd'hui, le monde est à la croisée des chemins et des changements constants se produisent dans le monde entier. Notre archipel n'est pas exempt des tendances actuelles de la planification stratégique. La manière dont nous assurerons une croissance durable du tourisme dépendra donc fortement de la capacité à redéfinir le cours des actions en vertu de certains principes de durabilité et de différenciation du patrimoine naturel et culturel dans le but de générer une forte participation sociale. En raison de ses caractéristiques uniques (telles que les coûts de l'insularité, de l'eau, du territoire, de l'image, du paradis, de l'énergie), Ténériffe était certainement le meilleur endroit pour débattre et réfléchir sur les opportunités et les contradictions générées par le tourisme dans les zones insulaires.

Le congrès a été une occasion unique de connaître et d'échanger des expériences et des recherches sur le tourisme dans les îles, un lieu où nous pouvons travailler sur les modèles touristiques dans une triple perspective: environnementale, économique et culturelle. Le congrès nous a permis de créer des alliances et des réseaux de travail dans la recherche et le transfert de connaissances en gestion touristique, ainsi qu'un modèle de référence pour nos étudiants et leur formation.

<https://universidadeuropea.es/canarias>

INTERNATIONAL CONGRESS

Tourism in Islands in the XXI Century: DYNAMICS AND CHALLENGES

LA OROTAVA 25TH-27TH NOVEMBER | Tenerife - Canary Islands
www.tourismislandcongress.com



Patrocinadores:



Colaboradores:



THE CULINARY INSTITUTE OF SPAIN

Culture and art are the most precious and carefully kept legacies throughout history. But if there is something older than the previously mentioned currently in use, it would be food and its preparation and conservation methods. Food culture is one of the few legacies that we can still see, feel, and taste. Specifically, Spain is one of the countries with more cultural exchanges throughout its history. Vikings, Muslims, and Romans among many others, passed through the Iberian Peninsula and exchanged their knowledge and products with the native population of the area.

Therefore, from the management team of the Lezama Group, to which the Superior School of Hospitality of Seville (ESHS) proudly belongs to, we want to create a scalable model through the expansion of our registered brand known as "The Culinary Institute of Spain" in order to expand the Spanish cuisine brand worldwide. The first step of this expansion involves a gastronomic market of 1,600 square meters in the heart of New York City. It will be called "Lola Treasures of Spain". This gastronomic market will focus on Spanish cuisine in the form of restaurants, bars, craft beers, small wineries, and everything you can imagine, ex-

La culture et l'art sont les héritages les plus précieux et les mieux conservés de l'histoire. Mais s'il y a quelque chose de plus ancien encore et qui perdure encore, ce serait la nourriture et ses méthodes de préparation et de conservation. La culture alimentaire est l'un des rares héritages que nous pouvons encore voir, ressentir et goûter. Plus précisément, l'Espagne est l'un des pays avec le plus d'échanges culturels à travers son histoire. Les Vikings, les Musulmans et les Romains, entre autres, ont traversé la péninsule ibérique et ont échangé leurs connaissances et leurs produits avec la population indigène de la région.

Par conséquent, à partir de l'équipe de direction du Groupe Lezama, à laquelle appartient fièrement l'École supérieure d'hospitalité de Séville (ESHS), nous voulons créer un modèle évolutif grâce à l'expansion de notre marque enregistrée connue sous le nom de «Culinary Institute of Spain» afin d'étendre la marque de cuisine espagnole dans le monde entier. La première étape de cette expansion implique un marché gastronomique de 1 600 mètres carrés au cœur de New York. Il s'appellera «Lola Treasures of Spain». Ce marché gastronomique se concentrera sur la cuisine espagnole sous forme de restaurants, de bars, de bières artisanales, de petits établissements vinicoles, et tout ce que vous pouvez imaginer pour dépasser vos attentes sur l'Espagne et notre mode de vie unique. À terme, il présentera et représentera largement les meilleurs produits espagnols.

Carmen CLARO Llach

Graduated in Human Nutrition and Dietetics from the Pablo de Olavide University.

R&D Department at the Superior School of Hospitality of Seville.

Professor in the area of Nutrition (Nutrition and Dietetics, Food Technology and Bromatology).



Álvaro RODRÍGUEZ García

Graduated in Human Nutrition and Dietetics from the Pablo de Olavide University.

Responsible for the R&D Department at the Superior School of Hospitality of Seville.

Professor in the area of Nutrition (Nutrition and Dietetics, Food Technology, Bromatology and Diet Therapy).

ceeding your expectations about Spain and our unique way of life. Ultimately, it will showcase and be a broad representation of Spain's best products.

Therefore, the ESHS wants to expand to foreign markets and internationalize Spanish culture, training, and gastronomy. In this sense, the Lezama Group carried out an international consulting project for three months with the McDonough School of Business of the University of Georgetown in Washington DC. The aim of this consulting project was to develop and create strategies focused on the successful insertion into the market of new lines of business. The consultancy was attended by a group of six students graduated from the Executive MBA program with more than ten years of experience. This select group worked out a business plan and a general diagnosis, as well as interesting strategies in the financial, marketing, operations, and general management areas of the most recent and interesting project developed by the Lezama Group, the "Culinary Institute of Spain". This new proposal seeks to position and bring to the whole world the value and richness of Spanish gastronomy, as well as the great value of its prestigious products such as extra virgin olive oil or Iberian ham; not to mention its land.

There are many gastronomy museums throughout Spain that focus on specific types of products and their varieties best positioned in the market. The Culinary Institute of Spain will give a 180° turn to the gastronomic culture Spain offers to the world by showcasing all the most popular products, their varieties, and derivatives as well as offering the possibility to taste on-site and/or order to-go whatever appeals to or interests you most. All will be prepared by the hands of chefs from the ESHS.

Once again, the Lezama Group and the ESHS, continue with a firm step in their vision of bringing their name and commitment to education to all corners of the world. Companies from Abu Dhabi, Berlin, Hong Kong, Lima, Seoul, Madrid, among others, have also been selected by the American university.

Currently in the training line, the ESHS is developing different programs with Central Washington University of the State of Washington in US, which will shortly be translated into international programs and agreements for senior management courses in gastronomy and hospitality given entirely in English.

With all these actions, the Lezama Group and the ESHS aim to distinguish themselves by seeking excellence as well as being a school in which their students are the best tool for internationalization and promotion of The Culinary Institute of Spain brand.



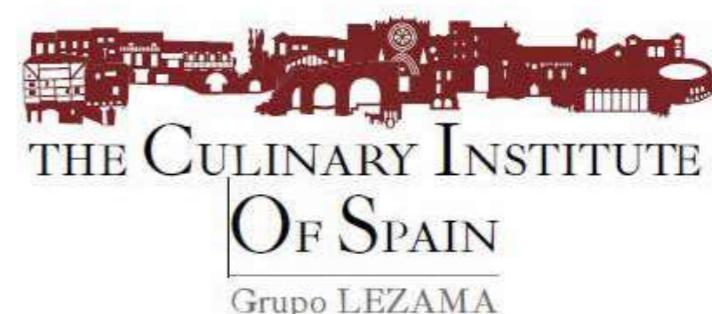
Par conséquent, l'ESHS veut se développer sur les marchés étrangers et internationaliser la culture, la formation et la gastronomie espagnoles. En ce sens, le Groupe Lezama a mené pendant trois mois un projet de conseil international avec la McDonough School of Business de l'Université de Georgetown à Washington DC. L'objectif de ce projet de conseil était de développer et de créer des stratégies axées sur l'insertion réussie sur le marché de nouveaux métiers. La consultation a été suivie par un groupe de six étudiants diplômés du programme Executive MBA avec plus de dix ans d'expérience. Ce groupe restreint a élaboré un plan d'affaires et un diagnostic général, ainsi que des stratégies intéressantes dans les domaines financier, marketing, opérationnel et de gestion générale du projet le plus récent et intéressant développé par le Groupe Lezama, le «Culinary Institute of Spain». Cette nouvelle proposition vise à positionner et à apporter au monde entier la valeur et la richesse de la gastronomie espagnole, ainsi que la grande valeur de ses produits prestigieux tels que l'huile d'olive vierge extra ou le jambon ibérique; sans parler de son terroir.

Il existe de nombreux musées de la gastronomie à travers l'Espagne qui se concentrent sur des types spécifiques de produits et leurs variétés les mieux positionnés sur le marché. Le «Culinary Institute of Spain» donnera un tour à 180° aux offres gastronomiques et culturelles de l'Espagne au monde en présentant tous les produits les plus populaires, leurs variétés et dérivés ainsi qu'en offrant la possibilité de déguster sur place et / ou de commander tout ce qui vous fait envie. Tout sera préparé par les mains des chefs de l'ESHS.

Une fois de plus, le Groupe Lezama et l'ESHS poursuivent une étape ferme dans leur vision d'apporter leur nom et leur engagement dans l'éducation aux quatre coins du monde. Des entreprises d'Abu Dhabi, de Berlin, de Hong Kong, de Lima, de Séoul, de Madrid, entre autres, ont également été sélectionnées par l'université américaine.

Actuellement en cours de formation, l'ESHS développe différents programmes avec la Central Washington University de l'État de Washington aux États-Unis, qui seront bientôt traduits en programmes et accords internationaux pour des cours de Haute Direction dans la Gastronomie et l'Hospitalité enseignés entièrement en anglais.

Avec toutes ces actions, le Groupe Lezama et l'ESHS visent à se distinguer en recherchant l'excellence et en étant une école dans laquelle leurs élèves sont le meilleur outil pour l'internationalisation et la promotion de la marque The Culinary Institute of Spain.





A Jordanian Achievement on a Global Level

Une réussite jordanienne au niveau mondial



**Dr. Muhsen
MAKHAMREH**

Jordanian cuisine is a traditional style of food preparation originating from Jordan that has developed from centuries of social and political change with roots starting in the Paleolithic period (c. 90,000 BC). At tables across the country, Jordanian cuisine is a delicious immersion in the country's diverse heritage, a vibrant mix of Bedouin flavors and local takes on the Levant's most iconic dishes.

There is wide variety in Jordanian cuisine, ranging from baking, sautéing and grilling to stuffing of vegetables (vine leaves, eggplants, etc.), meat, and poultry. Also common in Jordanian cuisine is roasting, and/or preparing foods with special sauces. Since Jordan is one of the largest producers of olives in the world, olive oil is the main cooking oil. Herbs, garlic, spices, onion, tomato sauce and lemon are typical flavors found in Jordan. Jordanian food can vary from being extremely hot and spicy to being mild.

Arabic cuisine delights the gourmet, and feasting is a preoccupation not only of Jordan, but of the Middle East as a whole. In culinary terms, the Middle East enjoys one of the world's most sophisticated and elaborate cuisines, and is rated among the finest foods in the world. Dishes will even satisfy the health conscious because many of them are made with grain, cheese, yogurt, fresh and dried fruits and vegetables. With the use of these grains and vegetables, meat

La cuisine jordanienne est un style traditionnel de préparation des aliments originaire de Jordanie qui s'est développé au cours de plusieurs siècles de changements sociaux et politiques dont les racines remontent à la période paléolithique (environ 90 000 avant JC). Aux tables du pays, la cuisine jordanienne est une délicieuse immersion dans l'héritage diversifié du pays, un mélange vibrant de saveurs bédouines et de plats locaux sur les plats les plus emblématiques du Levant.

Il existe une grande variété dans la cuisine jordanienne, allant de la cuisson, du sautage et du grillage à la farce des légumes (feuilles de vigne, aubergines, etc.), de la viande et de la volaille. La torréfaction et / ou la préparation d'aliments avec des sauces spéciales est également courante dans la cuisine jordanienne. La Jordanie étant l'un des plus grands producteurs d'olives au monde, l'huile d'olive est la principale huile de cuisson. Les herbes aromatiques, l'ail, les épices, l'oignon, la sauce tomate et le citron sont des saveurs typiques que l'on trouve en Jordanie. La gastronomie jordanienne peut aller du très chaud et très épice au froid et au sucré.

La cuisine arabe ravit les gourmets, et les festins sont une préoccupation non seulement de la Jordanie, mais du Moyen-Orient dans son ensemble. En termes culinaires, le Moyen-Orient jouit de l'une des cuisines les plus sophistiquées et élaborées du monde et est classé parmi les meilleures alimentations du monde. Les plats satisferont même les plus soucieux de leur santé car nombre d'entre eux sont à base de céréales, de fromage, de yaourt, de fruits et légumes frais et séchés. Avec l'utilisation de ces céréales et légumes, la viande va très loin et même les ingrédients les plus simples peuvent produire une création étonnamment attrayante. La cuisine jordanienne, bien qu'unique, fait partie de ce patrimoine culinaire distinctif, qui se savoure depuis plus de mille ans.

Le repas en Jordanie n'a pas seulement une fonction biologique, mais il a plutôt un événement social. Les Jordaniens sont généralement regroupés pendant les repas et sont pré-

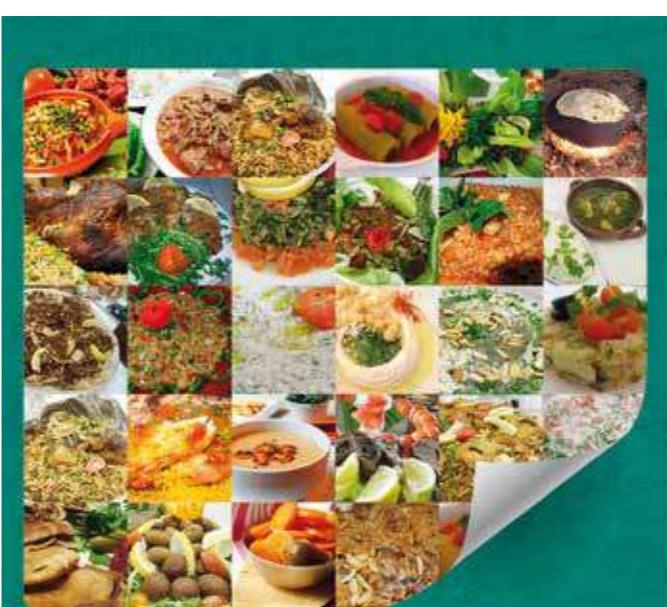
sentés avec de la nourriture de manière collective. De plus, la nourriture est couramment utilisée par les Jordaniens pour exprimer leur hospitalité et leur générosité. Les Jordaniens par nature sont des gens très accueillants. Les invités se régalaient du plat commun en utilisant leurs mains, car il symbolise un rassemblement communautaire social. La grande présentation est placée au milieu de la salle à manger. Quelle que soit votre préférence, la cuisine jordanienne vous offrira certainement quelque chose pour ravis vos papilles.

Mealtime in Jordan is not merely a biological function, but rather a social event. Jordanians are generally grouped during mealtime and are presented with food in a collective manner. In addition, food is commonly used by Jordanians to express their hospitality and generosity. Jordanians by nature are very kind people and hospitable. Guests feast from the communal dish using their hands, due to the fact that it symbolizes a social community gathering. The grand presentation is placed in the middle of the dining setting. No matter what your preference, Jordanian cuisine will most definitely offer something to please your taste buds.

Alongside many oriental dishes, Jordanian cuisine includes a wide variety of techniques used to serve food in special ways, which are considered as commonly developed by the Jordanian kitchen. Therefore, Ammon Applied University College (AAUC) desired to revive this cultural heritage kitchen since most of the Jordanians are unaware of it. The college aimed to raise the awareness of Jordanian society to the richness of its traditional and modern cuisine. Therefore, on Wednesday 28/8/2019 AAUC launched its hallmark cookbook "Jordanian Cuisine: Traditional and Modern" in the English language.

The book included accurate information and recipes from different sources such as local old women from different governorates of the Kingdom, the Armenian Women's Association, the Chechen Women's Association, the Circassian Women's Association, the Rural Women Development Association, and the General Federation of Jordanian. The book is divided into ten sections as follows: a section on Jordanian food, a section on Jordanian sweets and desserts, a section on common food and desserts in Jordan, and sections on Circassian cuisine, on Chechen cuisine, on Armenian cuisine, on beverages, salads, pickles and, finally, jams.

This book, 2019, is the third edition in sequence after the first two editions which were launched in 2014 and 2017 noting that they were in an Arabic version.



**Jordanian Authentic
Cook Book**



**Jordanian Authentic
Cook Book**

sentés avec de la nourriture de manière collective. De plus, la nourriture est couramment utilisée par les Jordaniens pour exprimer leur hospitalité et leur générosité. Les Jordaniens par nature sont des gens très accueillants. Les invités se régalaient du plat commun en utilisant leurs mains, car il symbolise un rassemblement communautaire social. La grande présentation est placée au milieu de la salle à manger. Quelle que soit votre préférence, la cuisine jordanienne vous offrira certainement quelque chose pour ravis vos papilles.

Parallèlement à de nombreux plats orientaux, la cuisine jordanienne comprend une grande variété de techniques utilisées pour servir les aliments de manière spéciale, qui sont considérées comme couramment développées par la cuisine jordanienne. Par conséquent, Ammon Applied University College (AAUC) a souhaité faire revivre cette cuisine du patrimoine culturel, car la plupart des Jordaniens ne le savent pas. Le collège visait à sensibiliser la société jordanienne à la richesse de sa cuisine traditionnelle et moderne. C'est pourquoi, le mercredi 28/8/2019, l'AAUC a lancé son livre de cuisine emblématique «Cuisine jordanienne: traditionnelle et moderne» en langue anglaise.

Le livre comprenait des informations précises et des recettes de différentes sources telles que les femmes âgées locales de différents gouvernorats du Royaume, l'Association des femmes arméniennes, l'Association des femmes tchétchènes, l'Association des femmes circassiennes, l'Association de développement des femmes rurales et la Fédération générale de Jordanie. Le livre est divisé en dix parties: nourriture jordanienne, confiseries et desserts jordaniens, nourriture et desserts communs en Jordanie, cuisine circassienne, cuisine tchétchène, cuisine arménienne, boissons, salades, pickles et enfin confitures. Ce livre est désormais disponible en Jordanie pour les touristes et est vendu dans les boutiques hors taxes aux frontières de la Jordanie dans le but de promouvoir la cuisine jordanienne à l'échelle internationale.

Ce livre, 2019, est la troisième édition consécutive après les deux premières éditions lancées en 2014 et 2017, notant qu'elles étaient en version arabe.

COTHM goes Cook Your Future

Six Students from Lahore in Pakistan start their hospitality career in Heidelberg, Germany.

Six étudiants de Lahore au Pakistan ont commencé leurs carrières en hôtellerie et restauration à Heidelberg en Allemagne.

The kick-off to this ambitious and innovative project was a handshake at the 2018 Eurhodip conference between two visionaries: Ahmed Shafiq, founder and director of the Lahore College of Tourism and Hotel Management in Pakistan, and Ursula Hummel, lecturer at Heidelberg Hotel Management School in Germany and founder of Cook Your Future, a tailored program to introduce refugees and migrants to the German hospitality and gastronomy sector – most necessary in Germany, as the economy faces a desperate shortage of qualified personnel. Ahmed and Ursula share a dream: young people should be able to travel, to start their career in one country, work in hotels and restaurants around the world, and maybe one day come back home and give their knowledge to the next generation.

What sounds so natural and obvious for European gastronomy students, is far away from the reality of most young Pakistanis. "In the past three years, we have seen so many desperate and often traumatized young people who left their home in Pakistan for a difficult journey of no return. It breaks my heart when I hear these stories, and I truly believe that we must find legal ways for the ambitious youth to migrate and travel to countries which offer career opportunities", says Ursula and she cannot forget the many stories of young Pakistanis who have gone through the Cook Your Future program: There is Mudassar from Punjab, a once desperate boy in Pakistan who saw no other chance to make his living than going on the difficult illegal journey to Europe. He is now a third year cook apprentice in the Michelin star castle restaurant in Heidelberg. Mudassar left his home in Pakistan when he was 19, arriving in Germany took more than 2 years of his young life through Iran, Turkey, Greece and the Balkan States – walking, hiding from the police, paying traffickers and middlemen five times as much as a flight from Frankfurt to Lahore.

Ahmed Shafiq knows all these stories, and he committed to finding legal ways for his most talented students to work around the world. COTHM has signed partnerships with many international institutions, his students are working in Dubai, in China, some continue their studies in England, and many dream of careers in Europe. "Our young people know that there are many job opportunities in Europe, and especially in Germany. For economic and demographic reasons, there are not enough jobs for the young generation in Pakistan, so it's normal that they will go abroad. But we must find legal ways of migration", states Ahmed who is a creative leader, always open to new opportunities.

What started in the talks between the two Eurhodip members in October 2018, continued soon afterwards in Lahore. Ahmed invited Ursula, and welcomed her to his home and schools in the German Christmas holidays. Ursula – at first influenced by the stereotypes about Pakistan in her country – was overwhelmed

**COOK
Your future...**

Un projet unique a démarré avec une poignée de main entre deux visionnaires lors de la conférence Eurhodip en 2018: Ahmed Shafiq, fondateur et directeur du Collège de Tourisme et Hôtellerie de Lahore au Pakistan, et Ursula Hummel, professeure de l'école hôtelière de Heidelberg en Allemagne et fondatrice de Cook Your Future, un programme ciblé à l'introduction de réfugiés et migrants dans l'hôtellerie et restauration allemande, un secteur qui ne peut plus satisfaire sa demande de personnel sur le marché national. Ahmed et Ursula ont le même rêve: la génération des jeunes dans le monde entier doit avoir la possibilité de voyager, de commencer leurs vies professionnelles dans un pays, de travailler n'importe où dans les meilleurs hôtels et restaurants, pour peut-être un jour rentrer chez eux et partager leur savoir-faire avec la prochaine génération.

Ce qui semble tout à fait naturel et rien d'exceptionnel pour les étudiants Européens, ne pourrait être plus loin de la réalité pour la plupart des jeunes Pakistanais. "Pendant les trois dernières années, nous avons vu des jeunes désempêtrés et parfois traumatisés qui avaient quitté leur famille au Pakistan pour un voyage difficile et sans retour. Je suis très triste quand j'apprends ces histoires, et il faut absolument trouver des possibilités de migration légale vers des pays qui offrent une carrière aux jeunes des pays du sud global", dit Ursula qui n'oublierait jamais les histoires de plusieurs jeunes Pakistanais dont elle a fait la connaissance à travers Cook Your Future: Mudassar par exemple, qui a quitté son village natal dans le Punjab par manque de perspectives et qui ne voyait que la voie illégale pour arriver en Europe, sa destination de rêve, juste pour gagner sa vie. Ce jeune homme a maintenant 26 ans, et est actuellement dans sa troisième année d'apprentissage en cuisine dans le restaurant étoilé du château de Heidelberg. Pour Mudassar, qui avait quitté le Pakistan à l'âge de 19 ans, le voyage vers l'Allemagne a duré plus de deux ans de sa jeune vie. C'était un voyage parfois à pied parfois en voiture, toujours clandestin, de passeurs en passeurs à qu'il avait payé cinq fois plus cher qu'un vol de Lahore à Francfort.



Ahmed Shafiq est bien au courant de toutes ces histoires, et il travaille en continu pour ouvrir des voies légales pour ses étudiants talentueux qui veulent travailler dans le monde entier. COTHM a signé une multitude de partenariats avec des institutions internationales, et ses diplômés travaillent d'entre eux rêvent d'une vie professionnelle en Europe. "Nos jeunes savent très bien que l'Europe vieillissante, et avant tout l'Allemagne, a besoin de personnel qualifié et offre des postes libres dans le secteur. Pour des raisons économiques



by the reception and hospitality of Ahmed, his family and the whole COTHM crew. She introduced the program in various COTHM schools across the country, was very impressed by Ahmed Shafiq's social commitment to people with special needs whom he trains to come out of the shadows and work. She met with the German ambassador in Islamabad, and when the project finally seemed well defined and recognized by the authorities, she met with eight students who had successfully applied for the German career program.

There were many challenges to overcome: bureaucratic barriers, a difficult language to learn, a firm decision to say good bye to family and friends. But finally, on September 16, 2019, Ali, Arishma, Fiaz, Haseeb, Maryam, Mehru, Mubeen, and Muttaal arrived at Frankfurt airport with their suitcases full of luggage, dreams and presents from home. They were welcomed warmly by a group of students from Heidelberg Hotel Management School and by the head of school Martin Dannenmann, and a few days later, the Cook Your Future program started: It meant cooking every day, learning about the German habit of separating rubbish, speaking the new language, sweating over their homework. Cook Your Future is learning by doing: the German language is used while cooking, cleaning, catering for real-life events, going on excursions to see cultural sights and visiting hotels, restaurants, and other institutions of the industry.

"Germany is a beautiful country, and people are very friendly. Girls and boys have equal rights, and every woman can work without any obstacles. This is so wonderful. But the German bureaucracy is difficult to understand, there are so many forms to fill in, insurance, and still many challenges until we can finally work" says Muttaal who came with the objective of starting earning her living in Germany very soon and supporting her family back home, who have supported her so generously by paying for her journey and study fees in Germany. Two girls of her group couldn't wait so long – they went back home after a few weeks.

There are still some challenges to overcome, but the patience of the pilot group and the growing network in Germany will make it easier for the next five students who will arrive in Germany for the 2020 Cook Your Future course.

Cook Your Future is a biannual (starting in May and October) three-month long intensive course for refugees and migrants who want to start a career in the German hospitality and gastronomy sector.

2 months skills and German language training
1 month internship and career coaching

The course is normally followed by further German language studies (3 – 6 months) at a local language school. Level B1 is required for apprenticeships in gastronomy. During the 3-year-long apprenticeships, students receive a stipend which covers their living expenses.

For further information:
www.cook-your-future.de • phone: +49 (0) 176 49572206

et démographiques, il n'y a pas assez de travail pour la jeune génération au Pakistan, et c'est plus que normal qu'ils cherchent leur fortune ailleurs. Mais c'est à notre génération, de trouver la voie légale pour la migration" souligne Ahmed, un leader intelligent et visionnaire aux opportunités qui s'ouvrent dans un monde global.

Ce qui a commencé entre les deux membres d'Eurhodip en octobre 2018, a trouvé sa suite très peu après à Lahore. Ahmed a invité Ursula, il l'a reçue cordialement à sa maison et dans ses écoles pendant les vacances de Noël. Ursula, au début encore influencée par les stéréotypes vis-à-vis du Pakistan qui courent en Allemagne, était ravie de l'accueil et de l'hospitalité de la part d'Ahmed, sa famille et toute l'équipe de COTHM. Elle a eu l'occasion d'introduire son programme dans plusieurs écoles COTHM à Lahore et partout au Pakistan, elle était très impressionnée par la contribution sociale d'Ahmed dans ses écoles pour handicapés qui sont formés pour pouvoir travailler eux aussi – une initiative tout à fait exceptionnelle dans ce pays. Ursula a même rencontré son ambassadeur à Islamabad, et quand le projet semblait finalement bien structuré et homologué par les institutions, elle a pu préparer les premiers huit étudiants qui avaient été acceptés pour le programme de carrière en Allemagne.

Il y avait encore pas mal d'obstacles à surmonter: des barrières bureaucratiques, une langue difficile à apprendre, une décision ferme à dire adieu à la famille et aux amis. Mais enfin, le 16 septembre 2019, Ali, Arishma, Fiaz, Haseeb, Maryam, Mehru, Mubeen, et Muttaal sont arrivés à l'aéroport de Francfort avec leurs bagages remplis non seulement de vêtements, mais aussi de rêves, et souvenirs de chez eux. Ils étaient accueillis chaleureusement par les étudiants de l'école hôtelière de Heidelberg et son proviseur M. Dannenmann, et quelques jours après leur programme Cook Your Future a commencé: c'était cuisine et salle tous les jours, l'utilisation de la langue allemande dès le début dans un groupe international, la surprise vis-à-vis de la passion des Allemands pour la séparation des déchets et toutes les questions d'environnement. Mais c'était aussi la découverte d'une nouvelle culture, et d'établissements gastronomiques et hôteliers lors des excursions régulières qui font partie du programme.

"L'Allemagne est un beau pays, et les Allemands sont très gentils. Les filles et les garçons ont les mêmes droits, et chaque femme peut travailler sans l'accord de la famille. Mais la bureaucratie allemande est difficile à comprendre, il y a toujours des formulaires à remplir, des accords d'assurances à signer, et d'autres obstacles pour pouvoir finalement commencer notre apprentissage" dit Muttaal qui était venue avec l'objectif de gagner sa vie très tôt en Allemagne pour repayer sa famille au Pakistan qui a rendu son voyage possible. Deux jeunes femmes de son groupe ne pouvaient pas attendre ce jour – elles s'étaient décidées à rentrer au pays après quelques semaines.

Mais grâce à la patience et la volonté d'apprendre, un trait commun de tous les étudiants de ce groupe pilote, ils ont pavé le chemin pour le prochain groupe de cinq Pakistanais qui vont arriver en Allemagne pour le cours Cook Your Future 2020.

Le cours Cook Your Future commence deux fois par an en mai et octobre et dure trois mois. Ce cours intensif est destiné aux réfugiés et migrants qui aspirent à une carrière en restauration et hôtellerie en Allemagne.

2 mois: cours intensif de compétences gastronomiques et langue allemande

1 mois: stage et introduction à la carrière professionnelle en Allemagne

Le suivi du cours consiste normalement en études continues de langue allemande (3 – 6 mois) dans une école de langue. Pour les apprentissages en gastronomie, les étudiants doivent avoir un niveau de B1 en langue allemande. Pendant l'apprentissage qui dure trois ans, les étudiants reçoivent un petit salaire qui couvre leurs frais.

Pour toute information supplémentaire:
www.cook-your-future.de • tél: +49 (0) 176 49572206

Reunion in Heidelberg

Retrouvailles à Heidelberg



Pedro OLIVER

Escuela Superior de Hostelería de Sevilla.

Member of the EURHODIP Board of Directors.

Last January, I had the opportunity to accompany our President, Luis Lezama, and visit the Hotelfachschule of Heidelberg. A School with more than 80 years of experience, providing specialized training to present and future professionals in the hospitality sector.

Returning to this magical city after 20 years and remembering the November 1999 Conference makes you reflect on the great ideological and technological evolution that has been produced in our methodologies and work systems.

20 years later, Heidelberg, on the banks of the Neckar River and presided over by its impressive Castle, still retains a serene and welcoming atmosphere.

Strolling through its neat old town, overflowing with history, very well-preserved buildings, with tastefully decorated window displays full of curiosities, coffee shops, and warm and comfortable restaurants makes you breathe a serene and familiar atmosphere. Only the streets full of small groups of tourists photographing everything that their eyes reach or intuit. Numerous young university students, whose hearts are not penetrated by the cold. It makes you feel like a 21st century citizen and you realize that Heidelberg is a city projected into the future.

The Hotelfachschule's director, Martin Dannenmann, carefully chose our hotel and the rooms. The Zum Ritter



En janvier dernier, j'ai eu l'occasion d'accompagner notre président, Luis Lezama, et de visiter la Hotelfachschule de Heidelberg. Une école avec plus de 80 ans d'expérience, offrant une formation spécialisée aux professionnels actuels et futurs du secteur hôtelier.

Revenir dans cette ville magique après 20 ans et se souvenir de la Conférence de novembre 1999 vous fait réfléchir sur la grande évolution idéologique et technologique qui s'est produite dans nos méthodologies et systèmes de travail.

20 ans plus tard, Heidelberg, sur les rives de la rivière Neckar et surplombée par son impressionnant château, conserve toujours une atmosphère sereine et accueillante.

Se promener dans sa vieille ville soignée, débordante d'histoire, des bâtiments très bien conservés, avec des vitrines décorées avec goût pleines de curiosités, des cafés et des restaurants chaleureux et confortables vous font respirer une atmosphère paisible et familière. Seules les rues pleines de petits groupes de touristes qui photographient tout sur leur passage. De très nombreux étudiants universitaires insensibles au froid inondent les rues. Cela vous fait vous sentir comme un citoyen du 21e siècle et vous vous rendez compte que Heidelberg est une ville projetée dans le futur.

Le directeur de l'Hotelfachschule, Martin Dannenmann, a soigneusement choisi notre hôtel et les chambres. L'hôtel Zum Ritter St. Georg avec une majestueuse façade Renaissance construite en 1592, à l'épicentre de la vieille ville. C'est un hôtel classique avec un restaurant élégant, très soigné, fonctionnel et avec un personnel très professionnel; dont certains ont même étudié à l'école d'Heidelberg.

Dans la soirée, nous avons eu le plaisir d'être invités par notre hôte, Martin, et sa charmante épouse, Marita, dans le restaurant de notre hôtel. Nous profitons d'une soirée très agréable en dégustant quelques plats typiques de la région et en accord avec la saison d'hiver. Bien sûr, notre repas était accompagné d'un excellent vin de la Rioja choisi dans la vaste carte des vins.

Le lendemain matin était accompagné d'un soleil radieux et après un bon petit déjeuner, nous sommes allés à l'Hotelfachschule.

Nous avons été accueillis par Martin Dannen-



St. Georg Hotel with a stately Renaissance facade built in 1592, in the epicenter of the old town. It is a classic hotel with an elegant restaurant, very careful, functional, and with a very professional staff; some of which have even studied at the Heidelberg School.

In the evening we had the pleasure of being invited by our host, Martin, and his lovely wife, Marita to our hotel's restaurant. We enjoyed a very pleasant evening tasting some typical seasonal dishes. Of course, our meal was accompanied by an excellent Rioja wine chosen from the extensive wine list.

The next day dawned with a bright sun and after a good breakfast we met at the Hotelfachschule.

We were greeted by Martin Dannenmann and Ursula Hummel, a lovely teacher who speaks near-perfect Spanish among other languages. She is responsible for actions with EURHODIP and carries out a very interesting project called "COOK YOUR FUTURE".

I was pleasantly surprised by the new image of the Hotelfachschule, very renovated, with technologically advanced facilities, and excellent teaching resources.

During the visit, the existing academic programs were explained to us in detail.

FACHSCHULE FÜR DAS HOTEL- GASTÄTTENGEWERBE: Full-time study program focused on the study of hotel management, computer science, and foreign languages. Its duration is two years, and the Title is equivalent to the "Degree in Hospitality and Tourism Management"

FACHSCHULE FÜR GASTRONOMIE: A full-time program that focuses on practical skills. Students must have at least three years of professional experience. The course lasts one year with a final exam that grants them a Certificate from the German State of Expert in Gastronomy and can qualify for a Master's exam before the Examining Commission of the German Chamber of Commerce and Industry.

FACHSCHULE FÜR SOMMELIEES: The program has a duration of one year with a full-time focus on knowledge of wines and beverages. After the final exam, students obtain the Official Sommelier Certificate. All these programs are complemented by seminars, professional visits, competitions, and projects endorsed and advised by large and recognized professionals in the sector.

Once the visit was over, we were fortunate enough to enjoy an exquisite lunch prepared with love by the school's chef.

During the meal we were able to talk about the news of the current stage of the EURHODIP Association, with special attention to the new model of diplomas and exams; thanks to the great work of the Executive Board that meets every month by videoconference and the work commissions directed by our vice president, Henri Magne, and coordinated by our secretary, Guillhaume Garcia. We are achieving highly qualitative changes and with a very exciting promising horizon for EURHODIP.

Once our visit was over, grateful for the affection and hospitality of Martin Dannenmann, who from here sent warm regards, we continued our journey in search of new alliances with EURHODIP.

mann et Ursula Hummel, une charmante enseignante qui parle parfaitement l'espagnol, parmi d'autres langues. Elle est responsable des actions avec EURHODIP et réalise un projet très intéressant appelé «COOK YOUR FUTURE».

J'ai été agréablement surpris par la nouvelle image de la Hotelfachschule, très rénovée, avec des installations technologiquement avancées et d'excellentes ressources pédagogiques.

Pendant la visite, on nous a expliqué en détail les programmes académiques existants.

FACHSCHULE FÜR DAS HOTEL- GASTÄTTENGEWERBE: programme d'études à temps plein axé sur l'étude de la gestion hôtelière, l'informatique, comme pour les langues étrangères. Sa durée est de deux ans, et le titre équivaut au «Diplôme en hôtellerie et gestion du tourisme»

FACHSCHULE FÜR GASTRONOMIE: Un programme à temps plein axé sur les compétences pratiques. Les étudiants doivent avoir au moins trois ans d'expérience professionnelle. Le cours dure un an avec un examen final qui leur octroie un certificat de l'État allemand d'experts en gastronomie et peut se qualifier pour un examen de master devant la commission d'examen de la chambre allemande de commerce et d'industrie.

FACHSCHULE FÜR SOMMELIEES: Le programme a une durée d'un an à temps plein en se concentrant sur la connaissance des vins et des boissons. Après l'examen final, les étudiants obtiennent le certificat officiel de sommelier. Tous ces programmes sont complétés par des séminaires, des visites professionnelles, des concours et des projets approuvés et conseillés par de grands professionnels reconnus du secteur.

Une fois la visite terminée, nous avons eu la chance de savourer un délicieux déjeuner préparé avec amour par le chef de l'école.

Au cours du repas, nous avons pu parler de l'actualité de l'étape actuelle de l'Association EURHODIP, avec une attention particulière au nouveau modèle de diplômes et d'examens; grâce à l'excellent travail du Bureau qui se réunit tous les mois par visioconférence et aux commissions de travail dirigées par notre vice-président Henri Magne et coordonnées par notre secrétaire Guillhaume Garcia. Nous réalisons des changements hautement qualitatifs et avec un horizon prometteur très excitant pour EURHODIP.

Une fois notre visite terminée, reconnaissants de l'affection et de l'hospitalité de Martin Dannenmann, qui nous a envoyé de chaleureuses salutations, nous avons poursuivi notre voyage à la recherche de nouvelles alliances avec EURHODIP.





HTMI. Riyadh
Hotel and Tourism
Management Institute
Switzerland

VISION ٢٠٣٠
رؤية ٢٠٣٠
المملكة العربية السعودية
KINGDOM OF SAUDI ARABIA

The First Female Hospitality Institute HTMI. Riyadh in Saudi Arabia 2019

La premier Institut Supérieur féminin du tourisme et de l'hôtellerie HTMI. Riyad - Arabie Saoudite 2019



Mohammad BSAISO
General Operator.

"Our economy will provide opportunities for everyone – men and women, young and old – so they may contribute to the best of their abilities ..."

Saudi women are yet another great asset. With over 50 percent of our university graduates being female, we will continue to develop their talents, invest in their productive capabilities and enable them to strengthen their future and contribute to the development of our society and economy!"

Saudi Arabia Vision 2030

Saudi Arabia is taking strategic and proactive action to deliver two of its major goals outlined in Vision 2030: first, to lower the country's unemployment rate from 11.6% to 7%, and second, to increase women's participation in the workforce to 30% by 2030.

Since the announcement of Saudi Vision 2030 and a renewed and high-profile emphasis on job diversification, tourism and women's access to this job market, the Kingdom of Saudi Arabia has become one of the fastest growing markets anywhere in the world for the hospitality industry.

We are witnessing more and more females who are interested in the industry and are increasingly applying for job opportunities within the hospitality and tourism sector. We believe this is mainly due to better awareness across society of what hotels can offer in terms of careers and the great efforts from Saudi stakeholders in promot-

«Notre économie offrira des opportunités à tous - hommes et femmes, jeunes et moins jeunes - afin qu'ils puissent contribuer au mieux de leurs capacités.»

Les femmes saoudiennes sont encore un autre grand atout. 50% de nos diplômés universitaires étant des femmes, nous continuerons à développer leurs talents, à investir dans leurs capacités productives et à leur permettre de renforcer leur avenir et de contribuer au développement de notre société et de notre économie.»

Saudi Arabia Vision 2030

L'Arabie Saoudite prend des mesures stratégiques et proactives pour atteindre deux de ses principaux objectifs énoncés dans Vision 2030: premièrement, réduire le taux de chômage du pays de 11,6% à 7%, et deuxièmement, augmenter la participation des femmes au marché du travail à 30% d'ici 2030.

Depuis l'annonce de Saudi Vision 2030, l'accent a été mis à nouveau sur la diversification de l'emploi, le tourisme et l'accès des femmes à ce marché du travail, le Royaume d'Arabie Saoudite est l'un des marchés à la croissance la plus rapide au monde pour l'industrie hôtelière.

Nous voyons de plus en plus de femmes qui s'intéressent à l'industrie et sollicitent de plus en plus des opportunités d'emploi dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme. Nous pensons que c'est principalement dû à une meilleure prise de conscience dans la société de ce que les hôtels peuvent offrir en termes de carrière et aux grands efforts des acteurs saou-



dins pour promouvoir l'emploi dans l'industrie, où l'hôtellerie a le plus d'impact sur le mélange culturel, l'esprit de famille et le quotidien. C'est un défi et une expérience d'apprentissage.

De plus, l'avantage de travailler pour des sociétés multinationales en développement dans la région donnera aux femmes des opportunités de se déplacer et de se développer à l'intérieur du pays.

En raison du programme de transformation national saoudien et de VISION 2030 qui a établi les principaux objectifs mentionnés auparavant, il faut ajouter la diversification de l'économie où le secteur du tourisme est une industrie prioritaire identifiée.

L'Institut Supérieur du Tourisme et de l'Hospitalité (HITH) est un Institut avec trois branches masculines situées dans la ville de Riyad «2009», Al-baha «2013» et Jizan «2014». L'institut est un projet semi-gouvernemental qui repose sur un partenariat stratégique entre le Groupe Al-Hokair pour le développement du tourisme, qui est le nom associé à l'hospitalité et au divertissement depuis des décennies en Arabie saoudite et la (TVTC) Corporation de formation technique et professionnelle pour servir les communautés locales et le secteur de la jeunesse dans les villes saoudiennes. HITH s'est engagé dans les normes internationales d'hospitalité et de tourisme par le biais de sa qualité de membre associé de l'association EURHODIP et de membre affilié de l'OMT.

L'Institut supérieur du tourisme et de l'hôtellerie a l'initiative de lancer le premier institut de formation en hôtellerie pour les femmes «Institut Supérieur féminin du tourisme et de l'hôtellerie - HTMI. Riyad conformément à la vision, la cérémonie d'ouverture a eu lieu le 17 octobre 2019 sous le patronage du Ministre du Travail et du Développement social.

L'initiative a été lancée pour servir les communautés locales et les jeunes du secteur féminin en Arabie Saoudite et pour leur fournir les qualifications internationales appropriées par l'opérateur de formation international «HTMI of Switzerland» afin de répondre aux nouvelles exigences de l'industrie hôtelière conformément aux normes internationales. Nous disposons d'installations de pointe dans notre Institut avec des normes internationales en termes de simulateurs de cuisine, de réception, de simulateurs de division de restaurant et de chambres. Tous nos stagiaires sont des ressortissants saoudiens désireux de faire partie de cette industrie de services importante et en croissance rapide en Arabie Saoudite.»

Cependant, chez HITH, nous prévoyons une nouvelle expansion et prospérité de l'industrie dans les années à venir, dirigées par le secteur



Though, we at HITH are expecting to witness further boom and prosperity in the industry within the years to come, led by the private sector, the impact of which will be revealed on the suburbs and developing zones, as well as the demand on Saudi manpower... Bearing this in mind, we have based our vision to support Saudi youth, not only by catering to the local market requirements, but also by preparing them to compete at international levels and to answer global needs.

With more and more women playing roles across businesses in the Kingdom, we are committed as a specialized institute to providing female trainees with the necessary skills and training to realize their potential and their ambitions.

Our training and development programs are world-class and industry leading. HITH is also focused on building the leaders of the future management development programs which offer fast-paced career progression. We want to help women progress to managerial and leadership positions.

<https://youtu.be/upGrbCiTF2A>



privé, dont l'impact se révélera sur les banlieues et les zones en développement, ainsi que la demande de main-d'œuvre saoudienne. Sur la base de ce qui précède, nous avons fondé notre vision pour soutenir la jeunesse saoudienne, non seulement pour répondre aux exigences du marché local, mais aussi pour les préparer à une compétitivité internationale et à répondre aux besoins mondiaux.

Avec de plus en plus de femmes jouant un rôle dans les entreprises du Royaume, nous nous engageons en tant qu'institut spécialisé à fournir aux stagiaires les compétences et la formation nécessaires pour donner le maximum de leur potentiel et réaliser leurs ambitions.

Nos programmes de formation et de développement sont de classe mondiale et à la pointe de l'industrie. HITH se concentre également sur la formation des leaders des futurs programmes de développement de la gestion qui offrent une progression de carrière rapide. Nous voulons aider les femmes à accéder à des postes de direction.

<https://youtu.be/upGrbCiTF2A>



In Memory of Robert Minasyan

Ոռոքը Սինասյանի Հիշատակին



MADRID

15th of May 2020.

Dear Robert, who art in heaven:

In my more than thirty years of being in EURHODIP, I have never worried about my colleagues' spiritual beliefs or political belongings. For me, the most important thing was the love that each one feels for his people and for his country.

You carried Armenia in your words, in your blood, and in your heart.

This association has taught me to value people without the stupid thought of rating their ideas or their fortunes.

Robert, you were a close friend to me in a dear country but far, far away. You represented an ancestral town with a long history and monuments that you made us know with affection

Robert, we all remember you in our conferences, in our meetings, in the assemblies But I cannot forget that year 2016 in your beloved Yerevan where there was a crisis that we have all been able to save.. You were the support of all of us.

Dear Robert, thank you for your presence, for your chair, which must not be left empty. Someone you trained must be the continuator of your memory and of our projects.

I promise you that in a somewhere in your school, back in Yerevan, we will place a plaque so that all who pass by admire and remember an Armenian who created citizens of the world.

Thank you, Robert you are in heaven!

A strong hug,



Մարդիր
15 մայիսի, 2020թ.

Սիրելի Ռոբերտ, որ հանզում ես դրախտում,
EURHODIP-ում ավելի քան 30 տարի լինելով, երբեք չեմ
անհանգստացել իմ գործնկերների հոգևոր և քաղաքական
պատկանելիությամբ: Կարևոր ինձ համար եղել է այն սերը,
որ մարդիկ տածել են միմյանց և իրենց երկրի նկատմամբ:
Դու Հայաստանն էիր կրում քո խոսքի, արյան և սրտի մեջ:

Այս ասցացիան ստորեցրել է ինձ արժնորեկ մարդկանց
առանց՝ նրանց ունեցած զաղափարների և քախտի հիման
վրա նրանց դասակարգելու հիմար մտքի:

Ռոբերտ, դու իմ մտերիմ ընկերն էիր՝ հարազատ երկրում,
քայլ շատ, շատ հեռու: Դու ներկայացնում եիր մի հինավորց
քաղաք՝ բազմադարյա պատմությամբ և կոթողներով, որոնց
մեզ էլ էիր պատրաստակամորեն հաղորդակից դարձել:

Ռոբերտ, բոլոր էլ հիշում ենք քեզ մեր կոնֆերանսների,
հանդիպումների և հավաքների ժամանակ, քայլ ես չեմ
կարողանում մոռանալ այն տարին՝ 2016 թվականը, քո
հարազատ քաղաք Երևանում, որտեղ ճգնաժամ էր, որը
մենք բոլոր կարողացանք հաղթահարել: Դու մեր բոլորի
աջակիցն էիր:

Սիրելի Ռոբերտ, շնորհակալություն քո ներկայության
ու գրադարած պաշտոնի համար, որը չկետր է դատարկ
մաս: Քո սաներից մեկը պետք է քո հիշատակի և մեր
պրոյեկտների շարունակողը լինի:

Խոստանում եմ, որ ինչ-որ մի տեղ քո դպրոցում, Երևանում,
մենք հուշատախտակ կտեղադրենք, որ բոլոր անցորդները
հիման ու հիշեն մի հայի, որն աշխահի քաղաքացիներ է
կրել:

Շնորհակալություն, Ռոբերտ, հանգիր խաղաղությամբ
դրախտում:

Խաղաղություն

Լուս դե Լեզամա



SUCCESS STORIES

"This competition made me develop my communication and leadership skills"

Vivaldo QUEIRÓS

<https://www.linkedin.com/in/vivaldo-queirós-11b10b40>

Hello, my name is Vivaldo Queirós. I'm almost 30 years old and I'm from the region of Coimbra in Portugal. Back in 2005, I started my studies in Coimbra Catering School (EHTC) where I took a three-year Restaurant and Bar course. During the course, I had the opportunity of several training times in different hotels in the Algarve, Coimbra but also Tenerife as part of a scholarship program.

Once I finished my studies I started to work in the Algarve for a year and a half, after that I decided to move to London where I worked for 2 years and had the opportunity to see a different culture and to learn more about bartending.

Because the weather was too cold I moved back to Portugal and once again to the Algarve, worked in different bars, restaurants and hotels always in the position of bartender where I could get different perspectives of service and at the same time get some experience. In 2015 I was invited to join a project in the new Steakhouse restaurant opening in one of the wealthiest regions of the Algarve. Our main goal was to be one of the best Steakhouses in Europe and for us as bartenders we wanted to create some of the best cocktails as well. One year later after I started to work there, I thought it was time for me to go back to school to learn something about management as I thought I was missing some knowledge in order to improve my career. This was when I decided to join The Algarve Catering School in Faro (EHTA) and took a food and beverage management course starting in 2016. During this time, I was studying during the day and working during the evening, I can say

that I was very proud to be invited to participate in the EURHODIP, Culinary Arts competition in 2017. The competition The Mediterranean Diet concept where the teams were composed of two cooks and one waiter and we had to develop a 3-course menu paired with wine service and a cocktail at the end of the meal. With "TEAM-WORK" being the keyword, we managed to win almost half of the prizes and there were 11 teams in total. If my memory doesn't fail me, I think I was the only waiter that went to the kitchen and helped the cooks to prepare all the "mise-en-place" on the day before the service and it proved to be a key factor as on the day of the competition, I could explain to all my customers every single detail of the food I was serving to them.

This competition made me develop my communication and leadership skills which has helped me a lot at work since then.

In 2018 I finished the course I was taking with an overall grade of 17/20. And I couldn't have made a better decision because this was when I was promoted to Bar Manager in the same steakhouse I started to work in 2 years ago. This school gave me all the tools I was missing in order to fulfill my responsibilities in my new role.

At the end of September 2019, I decided to have a break from my professional career in order to take a step back and rethink my future. Once again, I went back to school and I'm taking a course that will give me the possibility in the future to become a teacher at the same school I studied at and to pass on all the knowledge that was once given to me.



"It was much more than work, it was a chance to grow more and make new connections."

Igor TRINDADE

www.linkedin.com/in/igorptrindade

My name is Igor Trindade, I am a 24-years-old Brazilian living in Portugal for the last 2 years. I came to Lisbon to study Hospitality Operations Management at the Hospitality and Tourism School of Lisbon (EHTL) as an alternative for my career after my graduation in International Relations. It has brought a very different view of the hospitality industry and it has shown itself as the best path for my professional growth. At the end of 2018, our Director Ana Moreira invited me to represent EHTL in the EURHODIP Challenge in Croatia, where I went with one more colleague from Lisbon and where I had the opportunity of meeting new people from all over Europe. We stayed for 4 days on a campsite in Pula, as well as enjoying tours in Poreč and Funtana. During those days, we worked on a real case in order to transform the campsite into a Glamping Spa/Wellness Center. We had to attend some meetings

where some teachers taught us some ways to develop our product. On the last day, we just had to conclude our presentation material and so present it to the teachers that would judge and choose the best of us. After all that work – full of funny and stressful moments, by the way – my group won the first place and it was time to celebrate. As a non-European native, being in Croatia (my first destination since my arrival in Portugal) was much more than work, it was a chance to grow more and make new connections. And so we did. Coming back to Lisbon, a few months later, I concluded the course and started working at the Lisbon Marriott Hotel, where I stayed for 6 months in Guest Relations. Now I am preparing to go aboard one of MSC cruise ships as an International Tour Escort. Much more is about to come and thanks to the experiences I had at EHTL and the EURHODIP Challenge I am ready for it.

Istanbul 2019



26TH EURHODIP CONFERENCE

KEYNOTE SPEAKERS

1st Session - Building Bridges Together

Intercultural dialogues and bridge
between the past and future of hospitality.

1ère session - Construisons des ponts ensemble dialogues interculturels et ponts entre le passé et l'avenir de l'hospitalité.



**Promoting a destination under crisis:
How did Turkey achieve the goal
of having 40 million tourists in a short time?**

**Promouvoir une destination en crise:
comment la Turquie a-t-elle réagi pour atteindre l'objectif
de 40 millions de touristes à court terme?**



Mr. Tunç BATUM

HILTON Resort Dalaman - General Manager
www.linkedin.com/in/ali-tunç-batum-3953a531

How did hoteliers achieve their objectives under crisis: Hotel guests' and tour operators' reactions and the hoteliers' key strategy.

Comment les hôteliers ont-ils atteint leurs objectifs en période de crise: réactions des clients de l'hôtel, des voyagistes et stratégie clé de l'hôtelier.

Definition of Crisis Nowadays

A crisis is a situation in which something or someone is affected by one or more very serious unexpected problems.

Crises are seen as an inevitable part of the Hotel and Travel industry nowadays. In the last 10 years; the pros & cons of Globalization, swift changes in digitalization, the rapid rise of climate change, growing trade tensions, immigration, terrorism, geopolitical instabilities have affected the sector much more than ever compared to the last fifty years.

Global Economy versus Tourism

The global growth outlook has weakened amid unresolved trade tensions and elevated international policy uncertainty. Across both developed and developing countries, growth projections for 2020 have been downgraded.

Despite the recent turmoil in the global economy, the global tourism industry is forecast to continue to grow. The number of international tourists is predicted to increase by 3.3% per year up to 2030, reaching 1.8 billion tourist arrivals.

Be ready for the unexpected and remember.

In the last ten years, we have faced four to five major crisis situations in the Turkish Tourism sector at major destinations. Some of them were from the Consequences of geopolitics, terror-related, or from economic instabilities. Others came from major tour operator bankruptcies.

Almost the same effects happen when it comes to geopolitical or terror-related turbulence/instability.

But why are we watching the same picture again and again?

Because we don't have contingency plans. We don't tend to use our memories during good times. It's a human reflex. But, not acceptable at all. We should prepare our contingency plans. We should analyse at least the last 10 years of crisis that the sector has faced or is still facing.

We should not put all our eggs in to one basket under the appeal of financial offers. Dilute your risks by diffusing your revenues. Market more, keep the quality and always be prepared for the next crisis to come.

What is the biggest risk? Global Warming

The degree of warming during the past five years has been remarkable, both on land and in the ocean. The last five years now hold the record for the hottest period since modern measurements started.

Estimates vary, but if emissions increase we could experience up to eight feet (2,44 mt.) of sea level rise by the end of the century.

Some of the resort areas may turn out to be deserts because of the high temperature rise up to 3-4 degrees in the next ten years.

Définition de la crise de nos jours

Une crise est une situation dans laquelle quelque chose ou quelqu'un est affecté par un ou plusieurs problèmes inattendus très graves.

La crise est considérée comme la partie inévitable de l'industrie de l'hôtellerie et du voyage de nos jours. Au cours des 10 dernières années; avantages et inconvénients de la mondialisation, changements rapides dans la numérisation, montée rapide des changements climatiques, tensions commerciales croissantes, immigration, terrorisme, instabilités géopolitiques ont affecté le secteur beaucoup plus que jamais par rapport aux cinquante dernières années.

Économie Mondiale contre Tourisme

Les perspectives de croissance mondiale se sont affaiblies au milieu de tensions commerciales non résolues et d'une incertitude politique internationale accrue. Dans les pays développés comme dans les pays en développement, les projections de croissance pour 2020 ont été revues à la baisse.

Malgré les récents bouleversements de l'économie mondiale, l'industrie mondiale du tourisme devrait continuer de croître. Le nombre de touristes internationaux devrait augmenter de 3,3% par an jusqu'en 2030, pour atteindre 1,8 milliard d'arrivées de touristes.

Soyez prêt pour l'inattendu et souvenez-vous.

Au cours des 10 dernières années, nous avons été confrontés à quatre ou cinq situations de crise majeure dans le secteur du tourisme turc dans les principales destinations. Certains d'entre eux provenaient des conséquences géopolitiques, liées au terrorisme ou d'instabilités économiques. D'autres provenaient des principales faillites des voyagistes.

Presque les mêmes effets se produisent lorsqu'il s'agit de turbulences / instabilités géopolitiques ou terroristes.

Mais pourquoi regardons-nous la même image encore et encore?

Parce que nous n'avons pas de plans d'urgence. Nous n'avons pas tendance à utiliser nos souvenirs pendant les bons moments. C'est un réflexe humain. Mais, pas du tout acceptable. Nous devons préparer nos plans d'urgence. Nous devons analyser au moins les 10 dernières années de crise auxquelles le secteur a été confronté ou est encore confronté.

Nous ne devons pas mettre tous nos œufs dans le même panier sous l'appel d'offres financières. Diversifiez vos risques en diffusant vos revenus. Promouvoir davantage, conserver la qualité et toujours être prêt pour la prochaine crise à venir.

Quel est le plus gros risque? Le réchauffement climatique.

Le degré de réchauffement au cours des cinq dernières années a été remarquable, tant sur terre que dans l'océan. Les cinq dernières années détiennent maintenant le record de la période la plus chaude depuis le début des mesures modernes.

Les estimations varient, mais si les émissions continuent à augmenter, nous pourrions voir une montée du niveau de la mer allant jusqu'à 2,44 mètres d'ici la fin du siècle.

Certaines zones de villégiature peuvent se révéler être des déserts en raison de la montée en température élevée jusqu'à 3-4 degrés au cours des 10 prochaines années.



Merve ÖZKÖK

Assistant General Manager at H.I.S. Travel
<https://www.linkedin.com/in/merveozkok/>

Reversing tourist impressions to positive: breaking down all prejudices to make a holiday destination popular again.

Renverser les impressions des touristes vers des points positifs: briser tous les préjugés pour rendre à nouveau populaire une destination de vacances.

I work for H.I.S. Travel. My company is based in Japan and has 550+ offices in 70 countries.

As travel agents, we believe Turkey is a very good destination, which sells itself directly when there is no crisis. The only thing is to make the clients believe it too. But how?

As part of our company DNA, we believe every crisis is a chance to grow. And I do like the quote of Jeanette Walls, "Sometimes you need a little crisis to get your adrenaline flowing and help you realize your potential."

Let me briefly tell you what we have done after the crisis period.

First of all, we have made intensive sales at affordable prices.

To have efficient sales activity, the first step is to analyse the markets to understand what they need. So we have chosen the market to promote and analyse the customer profile. Age, budget, length of stay, travel purpose, travel with, etc. And then we started attending the workshops organized abroad organized by TURSAB (Association of Turkish Travel Agencies).

After connecting with the key people, we started organizing FAM trips.

Once the clients are here, we have a big chance not only for showing our country, but also to understand the market's need. One of the best ways to begin to advertise is using word of mouth. And never forget the power of social media. All the attendees shared their photos on their social media, and the profile of Turkey is starting to change from that FAM Trip.

Most companies currently prepare the same program for all countries and maintain cheap rates. This means the competition is very tough.

So to have the market share, you need to "think out of the box" and prepare special tailor-made tour programs for each market.

Then the segmentation of the guests is a very important issue. The preparation of thematic products for each country by doing the segmentation of MICE, FIT, Groups, Religious Tours... etc. By analyzing the markets, you will get a lot of tricks for the next step.

Je travaille pour H.I.S. Travel. Mon entreprise est basée au Japon et compte plus de 550 bureaux dans 70 pays.

En tant qu'agent de voyages, nous pensons que la Turquie est une très bonne destination, qui se vend directement en l'absence de crise. La seule chose est de faire croire également aux clients. Mais comment?

En tant qu'ADN de notre entreprise, nous pensons que chaque crise est une chance de se développer. Et j'aime la citation de Jeanette Walls «Parfois, vous avez besoin d'une petite crise pour faire monter votre adrénaline et vous aider à réaliser votre potentiel.»

Permettez-moi de vous dire brièvement ce que nous avons fait après la période de crise.

Tout d'abord, nous avons réalisé des ventes intensives à des prix abordables.

Pour faire une activité de vente efficace, la première étape consiste à analyser les marchés pour comprendre les besoins du marché. Nous avons donc choisi le marché pour promouvoir et analyser le profil client. Âge, budget, durée du séjour, but du voyage, voyage avec, etc. Et puis nous avons commencé à assister aux ateliers organisés à l'étranger organisés par TURSAB (Association des agences de voyages turques).

Après avoir rencontré les personnes clés, nous avons commencé à organiser des FAM trips.

Une fois que les clients sont là, nous avons une grande chance non seulement de montrer que notre pays est sûr, mais aussi de trouver la meilleure façon de démarrer ce marché.

Ensuite, l'un des meilleurs moyens de publicité vient de démarrer : le bouche à oreille.

N'oubliez jamais la puissance des médias sociaux. Tous les participants partagent leurs photos sur leurs réseaux sociaux, et le profil de la Turquie commence à changer depuis ce FAM trip.

La plupart des entreprises préparent actuellement le même programme pour tous les pays et maintiennent la promotion à des tarifs bon marché. Ce qui signifie que la concurrence est très rude.

Donc, pour avoir la part de marché, vous devez «sortir des sentiers battus» et préparer des programmes de visites spéciaux, sur mesure pour chaque marché.

Ensuite, la segmentation des invités est une question très importante. La préparation de produits thématiques pour chaque pays en faisant la segmentation de MICE, FIT, Groupes, Tours religieux... etc. En analysant les marchés, vous obtiendrez beaucoup d'astuces pour la prochaine étape.

Et une fois que vous commencez à recevoir les invités, si vous offrez le service

And once you start receiving the guests, if you are offering the quality service in a fast way, the agents will start to trust in you and they will be your repeater guests.

And during the crisis, the most important thing is "never give up", and "do not lose your hope". You cannot control the wars, politics, economic crises, etc. But the Tourism Industry is all about touching the people on their hearth. So as long as you have the enthusiasm to welcome the guests to your country with all of your hearts, the success will follow you.

de qualité rapidement, les agents commenceront à vous faire confiance et ils reviendront.

Et pendant la crise, le plus important est de «ne jamais abandonner» et de «ne pas perdre espoir». Vous ne pouvez pas contrôler les guerres, la politique, les crises économiques, etc. Mais l'industrie du tourisme consiste à toucher les gens. Aussi longtemps que vous aurez l'enthousiasme d'accueillir les invités dans votre pays avec tout votre cœur, le succès vous suivra.



Prof. Christo KAFTANDJIEV, Ph.D.

Sophia University - BULGARIA

<https://www.linkedin.com/in/christo-kaftandjiev-3803366/>

Building bridges, not only between cultures, but also between the past and future! How will tourism be in the future? New technologies: Future hi-tech services in hospitality, virtual reality in hospitality, Cloud systems in hotel management and much more about innovation in tourism.

Construire des ponts, non seulement entre les cultures, mais aussi entre le passé et l'avenir! Comment sera le tourisme à l'avenir? Nouvelles technologies: Futurs services de haute technologie dans l'hôtellerie, réalité virtuelle dans l'hôtellerie, système Clouds dans la gestion hôtelière et bien plus encore sur l'innovation dans le tourisme.

Going through some representatives videos, we explored the most important topics about the digital future of the tourism industry. Several parts were analysed:

1. "How to market future tourism" analysing the digital future of the tourism industry, the new hotel professions depending on the digitalization and the customization of tourism services as a result of digital processes.
2. "The digital aspects of hotels" exploring the digitalization of whole hotels and the digitalization of hotel rooms.
3. "Digital tools in the tourism industry" focusing on smart phones and tablets, digital glasses, digital watches, monitors and robots.
4. "Technologies and their use in tourism" like 3D Mapping, 360 View, Virtual Reality and Augmented Reality.
5. "Social networks and their use in the tourism industry" analysing Facebook, Twitter, Instagram, YouTube and their respective relationships with the tourism industry.

En parcourant quelques vidéos de représentants, nous avons exploré les sujets les plus importants sur l'avenir numérique de l'industrie du tourisme. Plusieurs parties ont été analysées:

1. «Comment commercialiser le tourisme du futur» en analysant l'avenir numérique de l'industrie du tourisme, les nouvelles professions hôtelières en fonction de la numérisation et de la personnalisation des services touristiques résultant des processus numériques.
2. «Aspects numériques des hôtels» en explorant la numérisation de l'ensemble de l'hôtel ainsi que des chambres.
3. «Les instruments numériques dans l'industrie du tourisme» axés sur les téléphones intelligents et les tablettes, les lunettes numériques, les montres numériques, les moniteurs et les robots.
4. «Les technologies et leur utilisation dans le tourisme» comme la cartographie 3D, la vue 360, la réalité virtuelle et la réalité augmentée.
5. «Les réseaux sociaux et leur utilisation dans l'industrie du tourisme» en analysant Facebook, Twitter, Instagram, YouTube et leurs relations respectives avec l'industrie du tourisme.

2nd Session - School of future: How to create the future of education in hospitality and gastronomy.

2e session - École du futur: Comment créer un futur de l'hospitalité et de l'éducation gastronomique.



Candas EMIROGLU

VATEL Istanbul - Marketing Teacher & Divan Hotels and Resorts Cluster Marketing Manager
<http://linkedin.com/in/elif-candaş-emiroğlu-659aa028>

THE FUTURE OF TOURISM AND TOURISM EDUCATION L'AVENIR DU TOURISME ET DE L'ÉDUCATION TOURISTIQUE

Future of Tourism

There is good news and bad news - let's start with the good news:

People travel frequently every year and they will continue to do so, even more frequently. According to projections of WTTC for 2030, 1.8 BILLION outbound tourists will be travelling. Therefore, our industry will survive by expanding the boundaries even more.

We also need to mention the bad news: The sector is behind its guests in terms of understanding technology and adapting to it. Since we as sector players are not able to use the technology, 3rd parties are getting involved to share our profits.

There are some mega trends which will shape the future:

SMALL IS BIG: Travellers are seeking local, boutique, real hotels rather than 1000-room holiday villages.

BE CONSCIOUS ABOUT THE PLANET AND EVERYTHING ON IT: Greta Thunberg is not the only one, there are thousands of Gretas in every country.

BE SMART WITH AI AND IOT: We MUST adapt ourselves and our properties to new technologies.

LIFE IS TOO SHORT, LONG LIVE HEDONISM: The new generation wants to experience "richness" now, they do not want to wait for their retirement.

SOLO TRAVELLERS OR MULTI-GENERATION HOLIDAYS: People tend to travel alone more frequently. At the same time, with

L'avenir du tourisme:

Il y a une bonne et une mauvaise nouvelle. Commençons par la bonne:

Les gens voyagent fréquemment chaque année et ils continueront de le faire, encore plus fréquemment. Selon les projections du WTTC pour 2030, 1,8 milliard de touristes à l'étranger voyageront. Par conséquent, notre industrie survivra en élargissant encore plus les frontières.

Nous devons également mentionner les mauvaises nouvelles: le secteur est derrière ses clients en termes de compréhension de la technologie et d'adaptation. Étant donné que nous, en tant qu'acteurs du secteur, ne pouvons pas utiliser la technologie, des tiers s'impliquent pour partager nos bénéfices.

Il y a quelques tendances globales qui façonnent l'avenir:

PETIT EST GRAND: Les voyageurs recherchent des hôtels locaux, de caractère, plutôt que des villages de vacances de 1000 chambres.

SOYEZ CONSCIENT DE LA PLANÈTE ET DE TOUT CE QUI TOURNE AUTOUR: Greta Thunberg n'est pas la seule, il y a des milliers de Gretas dans chaque pays.

SOYEZ INTELLIGENT AVEC L'IA ET L'IOT: nous devons nous adapter et adapter nos propriétés aux nouvelles technologies

LA VIE EST TROP COURTE, LONGUE VIE À L'HÉDONISME: La nouvelle génération veut vivre la «richesse» maintenant, elle ne veut pas attendre sa retraite.

VOYAGEURS SOLO OU VACANCES MULTIGÉNÉRATIONS: Les gens tentent de voyager seuls plus fréquemment. Dans le même temps, avec

the increased rate of divorces and longer life expectancy, multi-generation holidays are more common nowadays.

IT IS ALL ABOUT EXPERIENCE AND STORY TELLING: If you do not have a story to tell or something "Instagrammable" you do not exist!

UNKNOWN IS THE NEW LUXURY: Before rare was the luxury, now, the unknown is.

THE SHARING ECONOMY WILL BECOME THE MAINSTREAM: Instead of ignoring, we all need to understand the rules of the game and adapt.

The Future of Tourism Education

60% of babies born today will work in jobs which does NOT exist today! The sector will create new jobs. Are we ready?

First of all, let us be aware of what is happening. 75% of current jobs will disappear within the next 30 years. Basically almost all BLUE COLLAR jobs will be automated. As artificial intelligence (AI) takes over nearly all blue-collar jobs; we need to focus on the managers of tomorrow.

What to teach then?

- We need to teach coding! It does not matter what part of the industry they work in, the professionals of tomorrow will need to know coding. Coding will be literacy.

- Since the 'how' question will be answered by smart machines, we need to look for the 'who' question. Marketing will be even more important and difficult to differentiate. We should teach consumer behaviour with a deeper approach.

- The students need to breathe the oxygen of real life.. A hospitality school cannot be imagined without practical training. Hospitality schools should encourage intensive training programs.

- Since the beginning of history, one thing remained the same: ART. Even if the way we produce it varies, art will be art. We need to open our students' artistic vision as well since they will need it to create stories for their brands. Art is one of the perfect vehicles for creating emotional connection with guests.

As a last note of conclusion: Everyone wants to travel. But not all of them want to work in it. This is a real threat for the future need of tourism professionals. We need role models for young people to inspire them to become hospitality professionals. We need to impress them with celebrities, heroes, with cool managers from the sector.



Chef Aylin YAZICIOGLU

NICOLE Restaurant - Istanbul

The evolution of Gastronomy Schools from past to today. Bringing local tastes and modern culinary techniques together: A mistake or genius creativity?

Evolution des écoles de gastronomie d'hier à aujourd'hui. Réunir les goûts locaux et les techniques culinaires modernes: erreur ou créativité de génie?

The story of cooking from past to present. Modernizing Turkish grandmother's recipes by sticking to the tradition and transferring them to future generation.

To understand how important to be a cook rather than a chef and make this spirit feel to next generations.

un taux de divorces accru et une durée de vie plus longue, les vacances multi-générations sont plus courantes de nos jours.

TOUT EST DANS L'EXPÉRIENCE ET DANS LA MANIÈRE DE LA RACONTER: Si vous n'avez pas d'histoire à raconter ou quelque chose d'«Instagrammable», vous n'existez pas!

L'INCONNU EST LE NOUVEAU LUXE: Avant, le luxe était rare, maintenant, c'est l'inconnu qui l'est.

PARTAGER L'ÉCONOMIE DEVIENDRA LE MAINSTREAM: Au lieu d'ignorer, nous devons tous comprendre les règles du jeu et nous adapter.

L'avenir de l'éducation touristique:

60% des nouveau-nés occuperont des emplois qui n'existent PAS aujourd'hui! Le secteur créera de nouveaux emplois. Sommes-nous prêts?

Tout d'abord, soyons conscients de ce qui se passe. 75% des emplois actuels disparaîtront au cours des 30 prochaines années. Fondamentalement, presque tous les postes de travail en blouse bleue seront automatisés. Comme l'intelligence artificielle (IA) prend en charge presque tous les emplois de blouses bleues; nous devons nous concentrer sur les managers de demain.

Qu'enseigner alors?

- Nous devons enseigner le codage! Peu importe la partie de l'industrie dans laquelle ils travaillent, les professionnels de demain devront connaître le codage. Le codage sera l'alphabétisation.

- Étant donné que les machines intelligentes répondront à la question du «comment», nous devons rechercher la question «qui». Le marketing sera encore plus important et difficile à différencier. Nous devons enseigner le comportement des consommateurs avec une approche plus approfondie.

- Les élèves doivent respirer l'oxygène de la vie réelle. Une école hôtelière ne peut être imaginée sans formation pratique. Les écoles hôtelières devraient encourager les programmes de formation intensive.

- Depuis le début de l'histoire, une chose est restée la même: l'ART. Même si la façon dont nous le produisons varie, l'art sera toujours l'art. Nous devons également ouvrir la vision artistique de nos étudiants, car ils en auront besoin pour créer des histoires pour leurs marques. L'art est l'une des réponses parfaites pour créer une connexion émotionnelle avec les invités.

Une dernière note pour conclure: tout le monde veut voyager. Mais tous ne veulent pas travailler. C'est une menace réelle pour les besoins futurs des professionnels du tourisme. Nous avons besoin de modèles pour inciter les jeunes à devenir des professionnels de l'hôtellerie. Nous devons les impressionner par des célébrités, des héros, par des managers sympas du secteur.

Istanbul 2019

26TH EURHODIP CONFERENCE



EURHODIP CONFERENCE VIDEOS



Istanbul 2019

30TH ANNIVERSARY



EURHODIP

Student Start-Up Challenge

A few words from the Start-up Organizer Team.

For this new edition of the EURHODIP Start-up Challenge, 30 students, of 11 different nationalities, from 12 EURHODIP member schools, gathered during the conference in Istanbul to participate in this adventure.

In groups of 5, necessarily from different schools and origins, the delegates selected by the participating schools had the common objective of responding to a problem, in English, defined by a real company in the Turkish and International hotel market, the group "The Marmara", which was the sponsor of this Start-up Challenge.

The theme chosen by the hotel group was as follows:

**"How to increase the share
of direct online reservations for
The Marmara Collection Worldhotels"**

The student groups had to find an innovative and unifying idea, which aimed to encourage and convince potential customers to book their stays directly with the group, via their website, but also to define the best axes of implementation and possible communication. The 3 best groups, selected by a jury of professionals made up of EURHODIP members, Vatel Istanbul professors and the principal representative of the Marmara Group, were invited to present their work at the end of the EURHODIP general assembly. It was at the end of the meeting, by a show of hands, that we were able to establish the final ranking. The winning group, called Inspiring Birds, was invited to the Gala Dinner that closed the convention. Before that, during the Bosphorus tour on the boat for the EURHODIP 30th Anniversary celebration, the winners were given their awards in front of all the conference participants: Students, Teachers and Directors.

You are a EURHODIP student and you want to know more about the StartUp Challenge Experience? I invite you to contact Miss Carine Violina (c.violina@vatel.ch), Vatel Switzerland delegate, member of the winning Start-up team. She is informed and will be happy to provide you with more information.

Quelques mots de l'équipe organisatrice de start-up.

Pour cette nouvelle édition de l'EURHODIP Start-up Challenge, 30 étudiants, issus de 11 nationalités différentes, de 12 écoles membres d'EURHODIP, se sont réunis lors de la conférence d'Istanbul pour participer à cette aventure.

En groupes de 5 personnes, nécessairement de différentes écoles et origines, les délégués sélectionnés par les écoles participantes avaient pour objectif commun de répondre à un problème, en anglais, défini par une véritable entreprise sur le marché hôtelier turc et international, le groupe «The Marmara» qui était sponsor de ce Start-up Challenge.

Le thème choisi par le groupe hôtelier était le suivant:

**«Comment augmenter la part des réservations directes en ligne pour
The Marmara Collection Worldhotels»**

Les groupes d'étudiants ont dû trouver une idée innovante et féderatrice, qui visait à inciter et à convaincre les clients potentiels à réserver leurs séjours directement auprès du groupe, via leur site internet, mais aussi à définir les meilleurs axes de mise en œuvre et de communication possible. Les 3 meilleurs groupes, sélectionnés par un jury de professionnels composé de membres d'EURHODIP, de professeurs de Vatel Istanbul et du représentant principal du groupe Marmara, ont été invités à présenter leurs travaux à l'issue de l'assemblée générale d'EURHODIP. C'est à l'issue de la réunion, à main levée, que nous avons pu établir le classement final. Le groupe gagnant, appelé Inspiring Birds, a été invité au dîner de gala clôturant cette convention. Avant cela, lors de la visite du Bosphore sur le bateau pour la célébration du 30e anniversaire d'EURHODIP, les gagnants ont été annoncés devant tous les participants à la Conférence: étudiants, enseignants et directeurs.

Vous êtes étudiant EURHODIP et vous souhaitez en savoir plus sur le StartUp Challenge Experience? Je vous invite à contacter Mlle Carine Violina (c.violina@vatel.ch), déléguée de Vatel Suisse, membre de l'équipe Start-up gagnante. Elle est informée et se fera un plaisir de vous fournir plus d'informations.

INSPIRING BIRDS



ERION
PRENDI

Anko Rhodes
Greece

ALEXANDRA
BAZHENOVA

Vatel Moscow
Russia

CARINE
VIOLINA

Vatel Switzerland

ALINA
MÜLLER
Hotel und
Tourismusmanagement
Schule
Germany

MERT

ERCAN BULUT
Eastern
Mediterranean
University
Northern Cyprus



**Hatice
Dalağan ÇETIN**
Human Resources
Coordinator at
The Marmara Collection,
Sponsor of the EURHODIP
StartUp Challenge

When we first heard about EURHODIP Start-up Challenge in Istanbul, we got really excited since this would be not only a great opportunity for us to contribute to young students' growth but also to see new perspectives for our own business. Therefore, instead of creating a fictional case, we decided to share a hot topic for which we were looking to find new ideas. Our topic was "How to increase our group's direct online booking".

The first day of the challenge, as judges, we heard great ideas from all the teams. Although the general approach was similar in all teams (an application & a loyalty program), there were some substantial details (an online game, a fortune cookie with promotions in it, social responsibility projects to contribute, etc.) which made the presentations unique and valuable. All the ideas we heard that day were totally usable and as judges it took us a long time to decide on the finalists.

The second day, the finalists made their presentations for the second time and still it was difficult to choose a winner. In the end, the team "Inspiring Birds" was the winner, however, in our hearts all the students were successful.

We shared all the presentations with our Executive Committee, we have already put some of the ideas in our marketing plans for this year like renewing our website and some campaigns and promotions.

We are happy to have taken a part in EURHODIP Start-up Challenge and are very open to the upcoming cooperation ideas.

When we heard about EURHODIP Start-up Challenge in Istanbul, we were very enthusiastic, because it was not only a great opportunity for us to contribute to the growth of young students, but also to see new perspectives for our own business. Therefore, instead of creating a fictional case, we decided to share a hot topic for which we were looking to find new ideas. Our topic was "Comment augmenter la réservation directe en ligne de notre groupe".

The first day of the competition, as judges, we heard good ideas from all the teams. Although the general approach was similar in all teams (an application and a loyalty program), there were some significant details (an online game, a fortune cookie with promotions in it, social responsibility projects to contribute, etc.) which made the presentations unique and valuable. All the ideas we heard that day were completely usable and as judges it took us a long time to decide on the finalists.

The second day, the finalists made their presentations for the second time and it was still difficult to choose a winner. In the end, the team "Inspiring Birds" was the winner, however, in our hearts all the students were successful.

We shared all the presentations with our Executive Committee, we have already put some of the ideas in our marketing plans for this year like renewing our website and some campaigns and promotions.

We are happy to have participated in EURHODIP Start-up Challenge and are very open to the upcoming cooperation ideas.

EURHODIP ★ AWARDS ★ 2019

Mrs. Aylin YAZICIOGLU
Chef-Owner of Restaurant Nicole



A graduate of Le Cordon Bleu in Paris, Chef Aylin YAZICIOGLU then worked in numerous starred restaurants. After returning to Turkey in 2012, she opened her restaurant, Nicole: an exemplary restaurant worthy of the quality of Michelin-starred restaurants, which mixes Anatolian gastronomy with Western cooking techniques...

Diplômée du Cordon Bleu à Paris, la Chef Aylin YAZICIOGLU a ensuite travaillé dans de nombreux restaurants étoilés. Après son retour en Turquie en 2012, elle a ouvert son restaurant, Nicole: un restaurant exemplaire digne de la qualité des restaurants étoilés, qui mélange la gastronomie anatolienne avec les techniques culinaires à l'occidentale...

Mr. Saffet Emre TONGUC
Private Guide



Private guide of celebrities and political figures for the promotion of Turkey and Istanbul. He participates in numerous television programs to promote the image of Turkey.

Guide privé des célébrités et des personnalités politiques pour la promotion de la Turquie et Istanbul. Il participe à de nombreux programmes télévisés afin de promouvoir l'image de la Turquie.

Mr. Richard APPELBAUM
CEO of the DIVAN Hotel Group



The DIVAN Hotel Group is a Turkish group which consists of numerous hotels, restaurants, pastry shops and cafés. In all, more than 150 establishments. This large group is investing heavily in the development of hotels and restaurants in Turkey.

Mr. Appelbaum is also a member of the board of directors of TUROB - Association of Hoteliers in Turkey.

Le Groupe Hôtelier DIVAN est un groupe turc qui se compose de nombreux hôtels, restaurants, pâtisseries et cafés. En tout, plus de 150 établissements. Ce grand groupe investit beaucoup pour l'évolution de l'hôtellerie et la restauration en Turquie.

M. Appelbaum est aussi membre du conseil d'administration de TUROB - Association des Hôteliers en Turquie.

Welcome to 2020 Leeuwarden

27th Eurhodip Conference

'The annual conference for the leading hotel schools in Europe'
Leeuwarden, The Netherlands 11-15 November 2020



Stenden Hotel Management School

With 3,000 associate, bachelor and master students from more than 50 countries and 13,000 alumni worldwide, Stenden Hotel Management School is the largest and most internationally orientated hotel school in Europe. Our students will be future-proof game changers in the hospitality industry and beyond a young professional with a solid knowledge base, who can strategically anticipate changes and who has a positive impact on tomorrow's world.



GLOBAL THINKING



INNOVATION



HOSTMANSHP



TALENT

Contact

For further questions please contact us:

Organization committee
Stenden meeting u
info@eurhodip2020.com
+31 58 203 8101

Information and pre-registration:
eurhodip2020.com

EURHODIP TEACHERS/ DIRECTORS PROGRAM

Wednesday the 11th of November
Dresscode: smart casual

10.00 - 12.30 **Executive Board meeting**
12.30 - 14.00 **Board of Directors lunch**
14.00 - 17.00 **Board of Directors meeting**
16.00 - 20.00 **Welcome & registration**
19.00 - 21.00 **Cocktail party**

Friday the 13th of November
Dresscode: smart casual

10.00 - 11.30 **General Assembly**
Election of the new president and new Board of Directors
11.30 - 12.30 **Lunch**
Meeting of the newly elected
12.30 - 14.30 **Board of Directors**
Keynote by Wayne Johnson
Director International Affairs
Education across boarders
14.30 - 16.00 **Coffee break**
Finals of the students
16.00 - 16.30 **Free evening**

Saturday the 14th of November
Dresscode gala dinner: black tie

10.00 - 15.00 **Social activity**
19.30 **Gala dinner**

Sunday the 15th of November

07.00 - 11.00 **Breakfast and check-out**

Thursday the 12th of November
Dresscode: smart casual

08.30 - 09.30 **Welcome & registration**
Opening act
Opening by Sybrand van Haersma Buma
Mayor of the city Leeuwarden
Welcome speech by Marco ten Hoor
Director Stenden Hotel Management School
Welcome speech by Luis de Lezama Barañano
Eurhodip President
Keynote Jan Gunnarsson
Swedish author
Hostmanship, the art of making people feel welcome
Keynote Erik-Jan Ginjaar
CEO Postillion Hotels
Artificial intelligence in hotels
Keynote Dr. Elena Cavagnaro
Professor of Applied Sciences
Sustainability in Hospitality and Tourism
Coffee break
Eurhodip Qualification Presentation
Sustainable food fair
Workshop 1: Design Based Education
Tjeerd Zandberg - Deputy Director, Academic Affairs
Workshop 2: Hostmanship in your curriculum
Alexander de Vries - CEO Hostmanship Company
Workshop 3: Talent development
Heller Rompa - Director MapsTell International
Workshop 4: Lifelong learning in hospitality
Roel Frijling - Program Manager Work & Study
Workshop 5: The 5 principles of good food
Albert Kooy - SVH Masterchef, F&B Director Stenden Hospitality Group and founding father Dutch Cuisine
11.30 - 11.45 **Dutch evening**

Wednesday the 11th of November
Dresscode: smart casual

14.30 - 15.00 **Welcome by Marco ten Hoor**
Director Stenden Hotel Management School
Workshop: MapsTell
Heller Rompa - Director MapsTell International
Workshop: How to work in teams
Niels van Felius
Lecturer Information Technology
Dinner
Drinks at student association

Friday the 13th of November
Dresscode: smart casual

09.00 - 11.30 **Working on assignment**
11.30 - 12.30 **Lunch**
12.30 **Handing in assignment**
Keynote by Wayne Johnson
Director International Affairs
Education across boarders
14.30 - 16.00 **Coffee break**
16.00 - 16.30 **Finals of the students**
16.30 - 17.30 **Free evening**

Thursday the 12th of November
Dresscode: smart casual

08.30 - 09.30 **Welcome and registration**
Opening act
Opening by Sybrand van Haersma Buma
Mayor of the city Leeuwarden
Welcome speech by Marco ten Hoor
Director Stenden Hotel Management School
Welcome speech by Luis de Lezama Barañano
Eurhodip President
Keynote Jan Gunnarsson
Swedish author
Hostmanship, the art of making people feel welcome
Sustainable food fair
Start-up competition
Dinner

Saturday the 14th of November
Dresscode gala dinner: black tie

10.00 - 15.00 **Social activity**
19.30 **Gala dinner**

Sunday the 15th of November
07.00 - 11.00 **Breakfast and check-out**

Location

Leeuwarden, The Netherlands



Conference venue
Stenden Hotel Management School



Hotel accomodation
WestCord Hotel WTC



Pre-register at www.eurhodip2020.com

GAME CHANGERS! BE PART OF IT!

Location

Leeuwarden, The Netherlands



Conference venue
Stenden Hotel Management School

Hotel accomodation
Campus Hotel



Pre-register at www.eurhodip2020.com

2020 **Leeuwarden**

27th Eurhodip Conference



GAME CHANGERS! BE PART OF IT!

Leeuwarden, The Netherlands 11-15 November 2020



Pre-register at www.eurhodip2020.com