

magazine eurhodip

AUTUMN | WINTER 2022

www.eurhodip.com



THE LEADING HOTEL SCHOOLS IN EUROPE

NEWS FROM MEMBERS

EURHODIP - 6 MONTHS,
6 CAUSES, FOR SUSTAINABLE
DEVELOPMENT

FOCUS

29TH CONFERENCE
IN ÉVORA - ALENTEJO

EURHODIP CONFERENCES TOPICS 1994-2007



1994 JULY

NIMES
FRANCE

Education in the hotel and catering schools in Europe
L'Enseignement dans les écoles hôtelières en Europe

1995 JULY

BARCELONA
SPAIN

Hotel Management Education in Europe
L'Enseignement Hôtelier en Europe

1996 JULY

NAMUR
BELGIUM

The European Community eating
L'Europe à Table

1997 JULY

GUERNSEY
UNITED KINGDOM

Future strategy for the Independent Hotelier
Les futures stratégies pour l'Hôtellerie Indépendante



1998 NOVEMBER

LYON
FRANCE

European catering and gastronomy
Restauration et gastronomie Européennes

1999 NOVEMBER

HEIDELBERG
GERMANY

Tourism and the hotel industry at the beginning of a new millennium
Tourisme et industrie hôtelière en ce début de millénaire

2000 NOVEMBER

SEVILLE
SPAIN

Europe-USA = two visions
Europe-USA = deux visions

2001 NOVEMBER

VENICE
ITALY

Hospitality and catering trades for employment and economic development in Europe
Les métiers de l'hôtellerie et de la restauration pour l'emploi et le développement économique en Europe



2002 MAY

MAASTRICHT
NETHERLANDS

Hospitality Management in Europe: moving into a new dimension

La gestion de l'hôtellerie en Europe



2003 JULY

MOSCOW
RUSSIA

Euroformation in the hotel and tourism industry
L'Euroformation dans l'Hôtellerie et le Tourisme

2004 JULY

NAMUR
BELGIUM

Quality in Education and in the Hotel Industry
La Qualité dans l'enseignement et l'industrie hôtelière

2005 NOVEMBER

MADRID
SPAIN

The Pleasure to serve
Le Plaisir de servir

2006 JULY

BORDEAUX
FRANCE

Wine: its promotion in restaurants and teaching in schools
Le Vin: sa promotion dans les restaurants et son enseignement dans les écoles



2007 JULY

LONDON
UNITED KINGDOM

Profit through Productivity
L'avantage de la productivité!

PRESIDENT'S NOTE NOTE DU PRÉSIDENT



Dear EURHODIP friends,
Dear readers,

DURING THE PAST MONTHS, we have received very positive reactions to the changes made to our magazine. Therefore, for the first time in history, we have decided to publish two magazines the same year, thus starting a cycle of two annual publications.

With the adoption of a twice-a-year publication model, we want to be closer to our associates. We wish to publicize their activities and act as a forum for our partners to exchange ideas and experiences. Furthermore, we want this magazine to be available for everyone and to act as a vehicle to disseminate the many educational activities our associates produce. After all this is your magazine.

Moreover, our annual Conference is around the corner. More than 100 participants from all over the world will gather in Évora for this event. As usual, our students' competitions will also take place, maybe not with the size we envisioned, but with the same quality.

Furthermore, schools and other entities from all over the world keep applying to join EURHODIP as members, and this is a matter of great pride for us.

Lately, we started and completed two EURHOQUAL Certification projects, and during our Conference, in Évora, we will deliver these accreditations.

During the academic year 2022/2023 we will launch a new project, "EURHODIP, 6 months, 6 causes, for sustainable development". We believe the promotion of the Sustainable Development Goals (SDGs) must be an essential part of our students training, and thus we want this project to be common to all our associated schools.

Chers amis de l'EURHODIP
Chers lecteurs,

DERNIÈREMENT, nous avons reçu des réactions très positives aux changements faits dans le dernier numéro de notre magazine. Ainsi, pour la première fois dans notre histoire, nous avons décidé de vous proposer un cycle de deux publications annuelles.

Avec cette mesure, nous souhaitons être plus proches de nos associés. Communiquer sur les activités de nos partenaires et promouvoir un forum pour l'échange d'idées et expériences. Nous voulons que notre magazine soit accessible à tous, et que vous trouviez ici un véhicule pour diffuser votre activité éducative.

Prochainement, nous aurons notre Conférence annuelle. Cette fois-ci, plus de 100 participants du monde entier descendront sur Évora, en Alentejo. Comme d'habitude, pendant cette rencontre nous aurons aussi les compétitions pour nos étudiants, malheureusement non pas avec la dimension que nous aurions souhaitée, mais toujours avec la même qualité.

A ce jour, nous recevons continuellement autant de candidatures, d'écoles et autres établissements du monde entier, pour devenir membres d'EURHODIP, et nous en sommes très fiers.

Récemment, nous avons lancé et achevé deux projets de certification EURHOQUAL, ces certificats seront délivrés lors de notre conférence.

“ ”

We believe the promotion of the Sustainable Development Goals (SDGs) must be an essential part of our students training, and thus we want this project to be common to all our associated schools.

Nous estimons que la réalisation des Objectifs de Développement Durable (ODD) est un élément indispensable du processus de formation de nos étudiants.

Using the Goals stated in the 2030 Agenda for Sustainable Development as a starting point, EURHODIP member schools will work on 6 of the 17 SDG goals over the next 6 months:

1. No poverty,
2. Zero hunger,
3. Good health and well-being,
4. Quality Education,
5. Gender equality,
6. Responsible production and consumption.

“EURHODIP, 6 months, 6 causes for Sustainable Development”, is a project designed to enhance social, economic and environmental development. These objectives must be pursued with the help of the educational community, and other partner entities, and by favoring alliances with all those who are equally committed to the pursuit of these Sustainable Development Goals.

For more information I invite you to read page 20, where you will find more about this topic.

I remind you that you can submit your schools' articles or news for publication at any time.

Lastly, I want to thank you for attention, and I hope you will enjoy this new issue of our magazine,

See you soon,

Paulo Revés

President | Président



EURHODIP

Head Office | Siège Social
EURHODIP AISBL
(Association Internationale Sans But Lucratif)
40, rue de Washington
1050 Bruxelles | Belgique
www.eurhodip.com

Administrative Secretariat
Secrétariat Administratif
Turismo de Portugal, I.P.
– Direção de Formação
Departamento de Dinamização
Escolar Cooperação Internacional
Rua Ivone Silva 6
1050-124 Lisboa – Portugal

Editorial coordination
Coordination éditoriale
Paulo Revés

Texts collection and organization
Collecte et organisation de texte
Paulo Baptista
Vera Cunha

Translation | Traduction
Lina Serra (English Teacher)
Turismo de Portugal, I.P.
Escola de Portalegre
Maria Elisabete Silva
(French Teacher)
Turismo de Portugal, I.P.
Escola de Vila Real
de Santo António
Mário Soares
Turismo de Portugal, I.P.

Revision of texts
Révision des textes
Henri Magne (Français)
Nafiya Guden (English)

Design and printing
Conception et impression
Nastintas | Design & Comunicação

Edition | Édition
2022 November Novembre

Printing | Tirage
500 units unités

Image credits | Crédits photos
Cover:
High Fliers/Shutterstock
Évora Conference:
Pixel to the People/Shutterstock
Others attributed on the page
or from Eurhodip members
and partners.

Les autres attribués sur
la page ou par les membres
et partenaires Eurhodip.

NEW CANDIDATE MEMBERS 04 NOUVEAUX MEMBRES CANDIDATS

EURHODIP NEWS 06 EURHODIP ACTUALITÉS

INTRODUCING A NEW SERVICE FOR EURHODIP: SCIENTIFIC JOURNAL – EUROPEAN JOURNAL OF TOURISM & HOSPITALITY MANAGEMENT

HISTORY MADE BY CHEFS' ASSOCIATION OF PAKISTAN (CAP)!

PACT FOR SKILLS IN TOURISM – EUROPEAN UNION'S INITIATIVE

MICHELIN STAR CHEF HOSTED AT FINAL INTERNATIONAL UNIVERSITY, NORTH CYPRUS

EURHOQUAL – QUALITY LABEL BY EURHODIP 14 EURHOQUAL – LABEL QUALITÉ PAR EURHODIP

NEWS FROM OUR MEMBERS 16 DES NOUVELLES DE NOS MEMBRES

A REFLECTION ABOUT SUSTAINABILITY AND SOCIAL RESPONSABILITY IN TOURIST ORGANIZATIONS 16 UNE RÉFLEXION SUR LA DURABILITÉ ET LA RESPONSABILITÉ DANS LES ORGANISATIONS TOURISTIQUES

Rui Amaral

EURHODIP – 6 MONTHS, 6 CASES, FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT 20 EURHODIP, 6 MOIS, 6 CAUSES, POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Iñaki Echeveste

MEDITERRANEAN DIET FRUGALITY AND SUSTAINABILITY 25 RÉGIME MÉDiterranéen FRUGALITÉ ET DURABILITÉ

Manuel Serra

EURHODIP 2022 STUDENT COMPETITIONS 28 EURHOQUAL – LABEL QUALITÉ PAR EURHODIP

CONFERENCE 2022 IN ÉVORA - ALENTEJO 30 CONFÉRENCE 2022 À ÉVORA - ALENTEJO

NOW. TIME TO BE OUTSTANDING!

MEET THE SPEAKERS

PROGRAM

THE ORGANIZER TEAM 36 L'EQUIPE ORGANISATRICE

NEW CANDIDATE MEMBERS

NOUVEAUX MEMBRES CANDIDATS

In May 2022, the Board of Directors accepted five Schools as Candidate Members. Since then, Eurhodip Administrative Secretariat received three more membership applications.

If you are interested in being a member of Eurhodip, you will find all the information on our website or email to bruxelles@eurhodip.com

En mai 2022, le Conseil d'Administration a accepté cinq écoles comme membres candidats. Depuis lors, le secrétariat administratif d'Eurhodip a reçu trois nouvelles demandes d'adhésion.

Si vous aussi vous souhaitez devenir membre d'Eurhodip, vous trouverez toutes les informations sur notre site ou bien par email bruxelles@eurhodip.com

2022 candidate members | 2022 membres candidats:



Portugal

www.epral.pt



Australia

www.salfordcollege.edu.au



Portugal

<https://escolas.turismodeportugal.pt/escola/viana-do-castelo/>



Portugal

<https://escolas.turismodeportugal.pt/escola/oeste/>

New applying members | Nouveau membre candidat:

The Abdi Bangsa Institute of Hospitality Course Training is located in the city of Cianjur, in middle of West Java, it is about 125 Km southern of Soekarno – Hatta International Airport. Abdi Bangsa Institute born with a commitment to provide the best for the hospitality industry.

The mission of The Abdi Bangsa Institute of Hospitality Management is three-fold. It aims to:

- Develop skill, technique and knowledge for the hospitality and tourism industry;
- Build a world-class institution for the creation, translation and dissemination of knowledge to the hospitality and tourism industry.
- Deliver high quality of hospitality education.

L'Institut hôtelier et école professionnelle Abdi Bangsa est situé dans la ville de Cianjur, cité du centre ouest de l'île de Java, à environ 125 km au sud de l'aéroport international Soekarno – Hatta. Cette institution a pour but de former les meilleurs professionnels pour l'industrie hôtelière.

De ce fait, la mission de l'Institut Abdi Bangsa est triple, elle vise à:

- Développer les compétences, techniques et connaissances pour l'industrie hôtelière et touristique ;
- Construire une institution de renommée mondiale pour la création et traduction des connaissances théoriques et techniques et leur diffusion et application dans l'industrie.
- Offrir une formation hôtelière de grande qualité.



Indonesia

www.abdibangsainstitute.id

Skill Campus is one of the pioneer organizations providing vocational and practical-based education in the field of Hospitality Management in province 1; the campus also runs academic education at the higher secondary level for classes 11 and 12.

Established in 2015, the campus has been able to enact itself as a promising institution to provide fundamentals of hospitality and hotel management. Skill campus has two other partner institutions in the east in Biratnagar and Birtamod and one international partner institution in Sikkim.

Skill Campus is located at the heart of Itahari Sub-metropolitan city, which lies in the Sunsari District of Province Number 1. Itahari City itself has been established as an educational, financial and business hub of the Eastern region. Hence, the location of the college is in itself the best way to accommodate the hospitality industry to its prime.

Our main objective is to prepare well-rounded graduates for employment in tourism and hospitality management in Nepal and internationally.

Skill Campus's main aim is to become an internationally recognized centre for excellence to deliver courses on Hospitality and Tourism Management.

Skill Campus est l'une des organisations pionnières offrant une formation professionnelle et pratique dans le domaine de la Gestion Hôtelière dans la province 1; Skill Campus gère également l'enseignement au niveau secondaire (lycée) pour les classes 11 (première) et 12 (terminale).

Créé en 2015, le Campus a su s'imposer comme une institution prometteuse. Une école qui fournit les bases pour les formations d'accueil et réception et pour la gestion hôtelière. Skill Campus compte deux autres institutions partenaires, à l'est du pays, à Biratnagar et Birtamod, et un partenaire internationale au Sikkim.

Le Skill Campus est situé au cœur de la ville métropolitaine d'Itahari, qui se trouve dans le district de Sunsari de la province numéro 1. La ville d'Itahari elle-même a été établie en tant que centre éducatif, financier et commercial de la région de l'Est. Par conséquent, l'emplacement du collège est en soi le meilleur moyen pour profiter de l'apogée régionale de l'industrie hôtelière. Situé dans le quartier no. 6 de la ville d'Itahari, le campus se situe au sud-ouest du centre de la ville. Le campus est très facilement accessible par les routes et l'aéroport le plus proche (l'aéroport de Biratnagar) est à seulement 22 km du campus.

Notre objectif principal est de préparer nos diplômés pour des emplois dans la gestion d'hôtellerie et tourisme au Népal et à l'étranger. Le Skill Campus veut devenir un centre d'excellence pour les cours de gestion hôtellerie et tourisme et être reconnu à l'international.

Nepal

www.skillcampusnepal.com

For almost 70 years, American Hotel & Lodging Educational Institute has worked to provide hospitality organizations and schools with quality resources to train, educate, and certify hospitality professionals, first as the educational arm of the American Hotel & Lodging Association and since February 2017 as part of the National Restaurant Association's Training & Certification Division.

AHLEI serves the needs of Hotel organizations and International learning institutions. High schools, Vocational schools, Colleges, and Universities use AHLEI's textbooks or adopt one or more of AHLEI's turnkey curriculum packages.

Students can earn AHLEI's academic course certificates in addition to the credentials offered by their educational institutions.

For working hoteliers, AHLEI administers 20-plus Professional Certification Programs for all levels.

AHLEI serves the world from its headquarters in Orlando, Florida, with additional offices in Lansing, Michigan, India, China, and Europe.

Depuis près de 70 ans, AHLEI s'efforce de fournir aux organisations hôtelières et aux écoles des ressources de qualité pour former, éduquer et certifier les professionnels de l'hôtellerie. D'abord en tant que branche éducative de l'Association Américaine d'Hôtellerie et Hébergement (American Hotel & Lodging Association) et depuis février 2017 dans le cadre de la Division de Formation et Certifications de l'Association Nationale de Restaurants (National Restaurant Association's Training & Certification Division).

L'AHLEI cherche à répondre aux besoins des organisations hôtelières et des établissements d'enseignement internationaux. Plusieurs lycées, Écoles Professionnelles, Collèges et Universités, des quatre coins du monde, utilisent les manuels d'AHLEI ou adoptent un ou plusieurs programmes clés en main développés par l'AHLEI.

Les étudiants, en plus des diplômes délivrés par leurs établissements d'enseignement, peuvent aussi obtenir des certificats pour avoir participé aux cours d'AHLEI.

Pour les professionnels de l'hôtellerie, ceux qui travaillent déjà dans le secteur, l'AHLEI administre plus de 20 programmes de certification professionnelle (Professional Certification Programs) pour les différents niveaux d'enseignement.

Que ce soit depuis son siège social à Orlando, en Floride, ou ses délégations à Lansing, au Michigan, en Inde, en Chine et en Europe, l'AHLEI est prête à aider les écoles professionnelles du secteur partout dans le monde.



USA

www.ahlei.org

INTRODUCING A NEW SERVICE FOR EURHODIP: SCIENTIFIC JOURNAL – EUROPEAN JOURNAL OF TOURISM & HOSPITALITY MANAGEMENT

PRÉSENTATION D'UN NOUVEAU SERVICE DE L'EURHODIP, LA REVUE SCIENTIFIQUE “EUROPEAN JOURNAL OF TOURISM & HOSPITALITY MANAGEMENT”



© rawpixel.com / Freepik

THE CONCEPT of tourism and hospitality management by itself and globally is the intellectual construct and practice of management applied to tourism and hospitality. However, management in different countries and cultures is different. Europeans have their own globally recognized culture/way of doing things. Tourism and hospitality in European countries and for European tourists need different management. This is a vital issue that should be pursued in order to fully understand how European tourism and hospitality management is different, and how it should be. Despite their own diversity we must understand what is common among them, what allows them to articulate different management styles. On this regard, our Editor-in-Chief, Assoc. Prof. Dr. Nafiya Guden, stated that journal of **European Journal of Tourism & Hospitality Management** aims to understand the European management structure for hospitality and tourism. The Editor-in-Chief further stated that Eurhodip has been established for over forty years, and whilst there have been important contributors to knowledge (e.g. development of handbooks, conferences, etc.) there have been limited platforms for academic research. There is a need among Euro-



LA NOTION de gestion de Tourisme et Hôtellerie en elle-même, et dans le monde, est ancrée dans certaines constructions intellectuelles et pratiques de gestion appliquées au secteur du tourisme et hôtellerie. Cependant, la discipline de gestion est conçue de façon différente selon les pays et les cultures. Les Européens ont leur propre culture et celle-ci est célébrée et reconnue mondialement. Alors, de façon à assurer le rayonnement du tourisme et de l'hospitalité développé dans les pays européens et pour les touristes européens une organisation européenne est nécessaire. Il est très important de comprendre comment et en quoi l'organisation du tourisme et de l'accueil européen est différent et comment nous voulons qu'il se développe (dans le futur). En plus de célébrer la diversité, nous devrons chercher à comprendre ce qu'il y a de commun parmi les différents modes de gestion adoptés en Europe.

La rédactrice en chef de la nouvelle revue “European Journal of Tourism & Hospitality Management”, l’Assistante Professeure Dr. Nafiya Guden s'est exprimée à cet égard dans un numéro de ce magazine. Selon Madame GUDEN, cette revue cherche à comprendre les spécificités de gestion “à l'euroéenne” dans le secteur de l'hôtellerie et tourisme. En outre, Madame la rédactrice en chef a rappelé que l'EURHODIP a été créé il y environ 40 ans, et que, bien qu'il y ait eu des contributions académiques (par exemple, l'élaboration de manuels, des conférences, etc.), jusqu'à présent les plateformes pour la diffusion scientifique et pour le développement de la recherche universitaire en général sont limitées. Cependant, les membres d'EURHODIP et les universitaires en générale veulent une revue qui puisse servir à disséminer la recherche scientifique et donc des connaissances spécifiques qui auront des retombées à l'échelle mondiale.

dip members and academics to have a journal that can share the academic/scientific research being produced. Knowledge that will have a high impact, globally.

The Editor-in-Chief explained that the audiences of this journal include scholars from all around the world researching on European tourists or destinations. But also, International and national reviewers who are well familiar with European culture and tourism. The readers are international and, in this regard, the EURHODIP is one of the best international association supporting hospitality and tourism education and training hence the desire to promote our review here. The editorial board members and their research areas here as follows:

Madame GUDEN, la rédactrice en chef de l'EJTHM, a souligné que le public cible de cette revue inclut des universitaires du monde entier qui effectuent des recherches sur les touristes et/ou les destinations européennes. De plus, on peut aussi compter sur l'apport des scientifiques internationaux et nationaux qui connaissent bien la culture ou les touristes européens. Au-delà des chercheurs, les autres lecteurs de cette revue sont aussi internationaux et l'EURHODIP est une des meilleures associations internationales de soutien à l'éducation et à la formation en hôtellerie et tourisme. Les membres du comité d'édition et leurs domaines de recherche sont les suivants:

Co-Editor | Coéditeur:

- **Asst. Prof. Dr. Farzad Safaeimanesh**, Final International University, North Cyprus (*Tourism Information Technology, Consumer Behaviour*)
- **Dr. Paulo Revés**, Tourism de Portugal, Portugal (*Tourism Management*)
- **Prof. Dr. Ali Ozturen**, Eastern Mediterranean University, North Cyprus (*Tourism & Hospitality Management*)
- **Prof. Dr. Cihan Cobanoglu**, South Florida University, USA (*Destination Management*)
- **Dr. Gozde Turkatarhan**, Final International University, North Cyprus (*Marketing*)
- **Dr. Erwin Looskoot**, NHL Stenden, Netherlands (*Hospitality Management*)
- **Prof. Dr. Habib Alipour**, Eastern Mediterranean University, North Cyprus (*Tourism Planning*)
- **Assoc. Prof. Dr. Hale Ozgit**, Cyprus International University, North Cyprus (*Tourism Education*)
- **Prof. Dr. Levent Altinay**, Oxford Brookes University, UK (*Risk Management*)
- **Dr. Laura Maria Gomez Ruiz**, University of Pablo de Olavide, Spain (*Hospitality Accounting*)
- **Assoc. Prof. Dr. Orhan Uludag**, Cyprus International University, North Cyprus (*HRM*)
- **Dr. Shyam Patiar**, Consultant, UK (*Food and Beverage*)
- **Dr. Tanja Angleitner**, VSGT, Slovenia (*Event management, HRM*)
- **Dr. Theodore Benetatos**, Metropolitan University, Greece (*Destination Branding*)
- **Asst. Prof. Dr. Mete Girgen**, Final International University, North Cyprus (*Social Media Marketing*)
- **Asst. Prof. Dr. Ozlem Altun**, Final International University, North Cyprus (*Gastronomy*)
- **Asst. Prof. Dr. Shahrzad Safaeimanesh**, Cyprus Science University, North Cyprus (*Tourism Economics*)
- **Prof. Dr. Jorge Umbelino**, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (*Tourism Planning*)
- **Prof. Dr. Paulo Jorge dos Santos Almeida**, Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar (*Hospitality Management*)
- **Prof. Dr. Carlos Fernandes**, Instituto Politécnico de Viana do Castelo (*Tourism Studies*)
- **Prof. Dr. Eduardo Sarmento**, Universidade Lusófona (*Sustainability, Economics and Marketing*)
- **Assoc. Professor Dr. Gurkan Akdag**, Mersin University, Turkey (*Gastronomy*)
- **Dr. Wanchai Sutananta**, Silpakorn University, VATEL, Bangkok, Thailand (*Physics and Chemistry in Gastronomy*)
- **Dr. Marco Ten Hoor**, Hotel Management School Stenden University, The Netherlands (*Hospitality Management and Tourism Education*)



HISTORY MADE BY CHEFS' ASSOCIATION OF PAKISTAN (CAP)!

Pakistan witnesses biggest ever gathering of chefs on International Chefs Day 2022.



L'ASSOCIATION DES CHEFS DU PAKISTAN (CAP) ÉCRIT SON HISTOIRE!

Lors de la Journée Internationale des chefs de 2022, le Pakistan assiste au plus grand rassemblement de chefs jamais organisé dans le pays.

TO PAY HOMAGE to chefs and appreciate their contributions to the society and the food industry, Chefs Association of Pakistan (CAP) and College of Tourism and Hotel Management (COTHM) celebrated International Chefs Day at Alhamra Artsc Council, Hall, Mall Road, Lahore on October 20.

At least 2500 chefs from all over Pakistan joined the event to celebrate the day under the theme of 'Growing a Healthy Future'. The event started with a ceremonial 'Chefs' Walk' followed by a wonderfully colourful event held at Alhamra Hall 1 that was jam packed with the chefs coming from different restaurants, hotels, clubs and resorts.

Among the guests of honour, there were Punjab Food Authority (PFA) DG Mudassar Riaz Malik, Depilex Salon CEO Mussarat Misba, Women Chamber of Commerce (WCCI) President Sam Ali Dada, Yum Group of Restaurants Executive Director Nisaar Chaudhary, and Four Points by Sheraton Executive Manager Salman Asif. Renowned journalist Mujeeb ur Rehman Shami joined the event chief guest.

Talking on the occasion, CAP Secretary General and COTHM founder and CEO Ahmad Shafiq highlighted the importance of chefs and paid tribute to the determination and endeavor of the 'White Coat heroes'. He said chefs are real contributors to the hospitality and food industry worldwide. "We have gathered here to remember chefs' contributions to the industry and society. CAP is the only national association of chefs working for the betterment of chefs all over Pakistan. Chefs are the beautiful face of Pakistan. They are promoting Pakistani cuisine all over the world", he further said.

National Culinary Team of Pakistan (NCTP) Captain Chef Raees, in his video message from USA, congratulated all the chefs on their day. He also motivated the young chefs to stay persistent in their journey towards success in the field of culinary arts.

At least 2500 chefs from all over Pakistan joined the event to celebrate the day under the theme of 'Growing a Healthy Future'.

POUR RENDRE HOMMAGE aux artistes et apprécier leurs contributions à la société et à l'industrie alimentaire, le 20 octobre 2022, l'Association des chefs du Pakistan (CAP) et le Collège de tourisme et de gestion hôtelière (COTHM) ont célébré la Journée internationale des chefs dans la salle de spectacles de la Commission d'Arts Alhamra, Mall Road, à Lahore.

Environ 2500 chefs, venus de tout le Pakistan, se sont réunis pour célébrer la journée "Construire un avenir sain". Cet événement a commencé par une cérémonie "Chefs' Walk" (passerelle des chefs) suivie d'un événement étonnamment coloré qui s'est tenu au "Hall 1" de l'Alhamra. Lors de cet évènement fantastique, la salle s'est remplie de chefs venant de différents restaurants, hôtels, clubs et centres de villégiature.

Parmi les invités d'honneur, il y avait Mudassar Riaz Malik, DG de l'Autorité alimentaire du Pendjab (PFA), Mussarat Misba, PDG du Salon Depilex, Sam Ali Dada, président de la Chambre de commerce des femmes (WCCI), Nisaar Chaudhary, directeur exécutif de la chaîne de Restaurants Yum, et Salman Asif, directeur exécutif de Four Points by Sheraton. Le célèbre journaliste Mujeeb ur Rehman Shami s'est aussi joint à cet événement comme invité d'honneur.

Lors de cette occasion, le secrétaire général de l'ACP et fondateur et PDG du COTHM, Ahmad Shafiq, a souligné l'importance du rôle des chefs et a rendu hommage à la détermination et à l'engouement des "héros de blouse blanche". A ce sujet, il a également déclaré que les chefs sont des véritables contributeurs pour le développement de l'industrie hôtelière et alimentaire dans le monde entier. "Nous sommes réunis ici pour nous rappeler des contributions des chefs pour l'industrie et à la société toute entière. CAP est la seule association nationale de chefs travaillant pour l'amélioration des chefs dans tout le Pakistan. Les chefs sont le visage du Pakistan. Ils font la promotion de la cuisine pakistanaise dans le monde entier", a-t-il ajouté.

Le capitaine de l'équipe nationale de cuisine du Pakistan (NCTP), le chef Raees, dans un message vidéo



CAP Vice President (Corporate) Waqar Ilyas in his speech highlighted chefs' contributions to the corporate sector. He said that the food industry is progressing rapidly, and the young chefs in this field will have a brighter future.

Later, prizes and certificates were distributed among the young chefs who had participated in different competitions held one week before at COTHM under the umbrella of CAP. These competitions were held in different categories ranging from Pakistani food to Fast Food.

Later, souvenirs, shields, and certificates were presented to different industry leaders, culinary instructors, entrepreneurs, and young culinary ambassadors to honour their contributions to the industry. Chef belts were also awarded to senior chefs.

Nestle Professionals, Unilever Food Solutions, Cheezious, Shangrila, KnN's, Ambassador Commercial Kitchen Equipment, Asia Dye-Tech, Young's Food, ODR Foods, Farmers Cheese Making, National Foods, Sufi Banaspati & Cooking Oil, Sambo Restaurants & Catering, and Tapal Danedar were the partner companies in the successful execution of International Chefs Day.

The partner food companies also placed their stalls and offered free product sampling, food tasting and big discounts to the chefs.

At the end of the ceremony, a wonderful corporate hi-tea was also arranged for the corporate guests by Sambo Restaurants & Catering.



depuis les États-Unis, a félicité tous les chefs pour cette journée. Il a également motivé les jeunes chefs à persévérer dans leur cheminement vers le succès dans le domaine des arts culinaires.

Dans son discours, le vice-président de l'ACP, Waqar Ilyas, a évoqué les contributions des chefs pour l'ensemble de l'économie. Il a déclaré que l'industrie alimentaire progresse rapidement et que les jeunes chefs auront un meilleur avenir.

Plus tard, des prix et des certificats ont été distribués aux jeunes chefs qui avaient participé à différents concours organisés une semaine auparavant au COTHM, sous l'égide de CAP. Ces compétitions comprenaient différentes catégories de cuisines, allant de la nourriture pakistanaise à la restauration rapide.

Après, des souvenirs, écrous et certificats ont été remis à différents leaders de l'industrie, tels que des instructeurs culinaires, entrepreneurs et jeunes "ambassadeurs" culinaires, pour célébrer leurs apports. En outre, des ceinturons de chef ont également été distribués à quelques chefs seniors.

Nestlé Professionals, Unilever Food Solutions, Cheezious, Shangrila, KnN's, Ambassador Commercial Kitchen Equipment, Asia Dye-Tech, Young's Food, ODR Foods, Farmers Cheese Making, National Foods, Sufi Banaspati & Cooking Oil, Sambo Restaurants & Catering, et Tapal Danedar ont été les entreprises partenaires de la Journée internationale des chefs et elles ont été cruciales pour la réussite de cet événement.

Les entreprises alimentaires partenaires de cet événement ont placé leurs stands dans les locaux empruntés pour la journée "Construire un avenir sain" et, dans ses stands, elles ont offert, gratuitement, des dégustations de produits et de nourriture, avec d'importantes réductions et conditions pour les chefs.

Vers la fin de la cérémonie, Sambo Restaurants & Catering a organisé un merveilleux thé d'entreprise pour les hommes d'affaires qui ont participé.

Environ 2500 chefs, venus des quatre coins du Pakistan, se sont réunis pour célébrer la journée "Cultiver un avenir sain".

PACT FOR SKILLS IN TOURISM – EUROPEAN UNION'S INITIATIVE

“PACTE POUR DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES DANS LE SECTEUR DU TOURISME” – UNE INITIATIVE DE L'UNION EUROPÉENNE



THE EU'S PACT for Skills is a European Commission's strategy to establish large-scale partnerships, but also national/regional and local partnerships, for the development of skills at European level. Public and private organisations are invited to join forces and take concrete action to reskill and upskill people in Europe, including in the tourism sector.

This Pact for Skills in Tourism initiative was presented in 2021 during the International Forum – Education, Employment and Training in the Tourism sector, under the Portuguese Presidency of the Council of the European Union.

The aim of the Pact is to promote joint actions to improve existing skills (reskilling) and training in new skills (upskilling) through a partnership model between public administration, companies, and civil society for the development of skills in the EU.

Joining means respecting and supporting the key principles of the Pact for Skills:

1. Promoting a culture of lifelong learning for all
2. Building strong skills partnerships
3. Monitoring skills supply/demand and anticipating skills needs
4. Combating discrimination and promoting gender equality and equal opportunities.

LE “PACTE pour développer les compétences dans le secteur du tourisme”, inclus dans le “Pacte sur les compétences”, initiative de l'UE, est une stratégie de la Commission européenne visant à établir des partenariats à grande échelle, mais aussi des partenariats nationaux/régionaux et locaux, pour le développement de compétences techniques, pour le secteur du tourisme, au niveau européen. Dans ce but, les organisations publiques et privées sont invitées à unir leurs forces et prendre des mesures concrètes pour recycler et perfectionner les compétences techniques et personnelles pour les professionnels en Européens, y compris ceux qui travaillent dans le secteur du tourisme.

Cette initiative du “Pacte sur les compétences”, pour le secteur du tourisme, a été présentée lors du Forum international – Éducation, Emploi et Formation dans le secteur du tourisme de 2021, sous la présidence portugaise du Conseil de l'Union Européenne.

L'objectif de ce pacte est de promouvoir des actions conjointes visant à améliorer les compétences existantes (reskilling) et la formation (upskilling) avec le recours à un modèle de partenariat entre le secteur public, les entreprises et la société civile pour le développement de compétences dans toute l'UE.

Adhérer à ce projet veut dire s'engager à respecter et soutenir les valeurs du “Pacte sur les compétences”, à savoir:

1. Promouvoir une culture d'apprentissage pour tous et tout au long de la vie
2. Construire des partenariats durables pour le développement de compétences
3. Faire un suivi fréquent de l'offre et demande de compétences requises par le secteur et anticiper les besoins
4. Combattre la discrimination, promouvoir l'égalité entre les genres et l'égalité d'opportunités.



You might be asking yourself who can join the Pact – the answer is clear: pretty much everyone who is related to the sector.

National, regional and local authorities; companies; social partners; cross-industry and sectorial organisations; chambers of commerce; education and training providers; employment services – they can all become members of the Pact for Skills. Joining means having the possibility to benefit from three dedicated services:

The Networking Hub where members will find relevant tools (like Europass, Skills Panorama, and others) and where they can, also, promote their activities.

The Knowledge Hub that organises webinars, seminars and peer learning activities for members, while providing updates on EU policies and instruments, as well as information on projects, tools, and best practices.

The Guidance Hub, where members can find information about EU and national funding opportunities, and guidance to partnering with national and regional authorities.

The Pact for Skills aims to help the EU thrive through the green and digital transitions.

You can look for further information here:
https://pact-for-skills.ec.europa.eu/index_en



Vous vous demandez peut-être qui peut rejoindre le Pacte – la réponse est claire: tous ceux qui sont liés au secteur.

Administrations nationales, régionales et locales; entreprises ; partenaires sociaux; organisations interprofessionnelles et sectorielles; chambre de commerce; fournisseurs dans le domaine de l'éducation et formation; services d'emploi (ex: Pole emploi) – tous peuvent devenir membres du “Pacte sur les compétences”.

Par ailleurs, adhérer à ce pacte c'est avoir la possibilité de bénéficier de trois services dédiés:

- *Le “Networking Hub” – un réseau où les membres peuvent trouver des outils pertinents (comme Europass, Skills Panorama, etc.) et promouvoir leurs activités.*

- *Le centre de connaissances, ce projet:*
 - Organise des webinaires, séminaires et activités d'apprentissage en duo pour les membres.
 - Fournit des mises à jour sur les politiques et instruments de l'UE.
 - Communique des informations sur les projets, outils et meilleures pratiques dans le secteur.

- *Le Hub d'orientation – où les membres peuvent trouver des informations sur les opportunités de financement européennes et nationales et des conseils pour établir des partenariats avec leurs autorités nationales et régionales.*

Le “Pacte sur les compétences” vise à aider l'UE à prospérer tout en respectant les transitions verte et numérique.

Pour en savoir plus (en anglais):
https://pact-for-skills.ec.europa.eu/index_en

MICHELIN STAR CHEF HOSTED AT FINAL INTERNATIONAL UNIVERSITY, NORTH CYPRUS

UN CHEF ÉTOILÉ MICHELIN ACCUEILLI À LA "FINAL INTERNATIONAL UNIVERSITÉ", AU CHYPRE DU NORD



AS PART of the Final International University "Career Days", an event organized by the School of Tourism and Culinary Arts and the Career Center at Final International University, one of our member schools, this school hosted a cook show, during Spring time, with the famous Michelin-starred restaurant chef Bruno Sohn as the guest of honor.

The jury of the competition was composed by the Director of the School of Tourism and Culinary Arts, Assoc. Prof. Dr. Nafiya Guden, Michelin star restaurant consultant Caroline Van Maenen, Chef Selim Yeşilpınar, Vice Dean of Faculty of Health Sciences Assist. Prof. Dr. Pervin Taşel, Dean of Faculty of Pharmacy Prof. Dr. Şermin Tetik, Dean of the Faculty of Dentistry Prof. Dr. Mustafa Şenol Tüzüm and Bayrak Radio and Television Producer Şerife Öztemiz.

Some Gastronomy and Culinary Arts students assisted Chef Bruno Sohn preparing the meal. The menu consisted of a "Soupe de poisson" (fish soup), "Calmar Mediterranean" dishes, with a Mediterranean cuisine breeze. Knowing that food presentation is as important as its taste, the assistants fascinated the jury with their show. Afterwards, the jury members congratulated Chef Bruno and the students who helped him and stated that the menu was delicious.

Chef Bruno said in a statement: "Thank you everyone. I am happy to see that your students are very skilled. They've all made it very clear that they are already professionals. (I'm sure) We will see these students succeed and hear about your university again. I have done my research before coming here and I've seen that at the FIU School of Tourism and Culinary Arts a lot of importance is given to sustainable tourism and gastronomy. (Thus,) I looked at the kind of fish we can find here, and I made (designed) my menu accordingly. I even tried to create a new flavor roasting zucchini flower with special sauces. (In the end,) The menu I prepared won the appreciation of the jury. By the way, I tasted the dishes of Northern Cyprus cuisine, and I think that Cypriot cuisine is very good. (Before I finish) I would like to thank the university administration and the chefs for hosting me here. We had a wonderful journey together I am sure that I will come here again."



FINAL INTERNATIONAL
UNIVERSITY

Ce printemps, dans le cadre des "Final International University Career Days" (journée des carrières), l'École du tourisme et des Arts Culinaires et le "Career Center" de la "Final International University", une des écoles membres, ont organisé une démonstration de cuisine avec la participation du célèbre chef de restaurant étoilé Bruno Sohn.

Le jury du concours était composé par le directeur de l'École de Tourisme et d'Arts Culinaires, Assoc. Dr. Nafiya Guden, la consultante de restaurants étoilés Michelin, Madame Caroline Van Maenen, le chef Selim Yeşilpınar, le vice-doyen de la Faculté des Sciences de la Santé, Assist. Prof. Dr. Pervin Taşel, le doyen de la Faculté de Pharmacie Prof. Dr. Şermin Tetik, le doyen de la Faculté de Médecine Dentaire, Prof. Dr. Mustafa Şenol Tüzüm et le producteur de radio et de télévision Monsieur Bayrak Şerife Öztemiz.

Les étudiants de Gastronomie et Arts Culinaires ont assisté le Chef Bruno Sohn dans la préparation du repas. Le menu de celui-ci comprenait une "Soupe de poisson", des plats de calmars méditerranéens, un goût de cuisine méditerranéenne. Deuxièmement, la présentation des aliments est aussi importante que leur goût et, dans ce domaine, les assistants ont sidéré le jury avec leur spectacle. Après le repas, tous les membres du jury ont félicité le chef Bruno et les étudiants qui l'ont aidé, et ont fait savoir qu'ils avaient trouvé le menu délicieux.

Le chef Bruno a déclaré dans un communiqué: "Merci à tous. Je suis très heureux de voir que vos élèves possèdent une grande qualité (technique). Ils ont tous démontré qu'ils sont déjà des professionnels. Nous allons certainement rencontrer vos étudiants, entendre parler d'eux et de votre université. (J'ai effectué mes recherches avant de venir ici et j'ai constaté que,) à l'École de Tourisme et d'Arts Culinaires de la FIU, une grande importance est accordée au Tourisme et à la Gastronomie Durables. (Donc,) J'ai cherché à connaître le genre de poissons qui sont cultivés ici (au Chypre) et j'ai créé ce menu (ayant en tête ces ressources locales). (Subséquemment,) j'ai même essayé de créer une nouvelle saveur en faisant rôtir des fleurs de courgettes avec des sauces spéciales. Le menu que j'ai méticuleusement préparé a remporté l'appréciation du jury. (En plus, je tiens à vous dire que) j'ai goûté les plats de la cuisine du nord de l'île de Chypre et j'ai beaucoup aimé (cette tradition culinaire). (Avant de terminer) j'aimerais remercier l'administration de l'université et les chefs de m'avoir accueilli ici. Nous avons fait un merveilleux voyage ensemble et je suis sûr que je reviendrais ici."



- ★ 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 skills in the industry
Facilitate integration into 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!



A totally sovereign and independent association, EURHODIP The Leading Hotel Schools in Europe, remains true to its main mission, which is to bring a European dimension to Hotel Education based on European hospitality values.

Eight years ago, EURHODIP set up a quality European label, called EURHOQUAL, to certify:

- that the recipient carries out its mission with the utmost respect for the traditional ethical and professional rules of European hospitality,
- the very high quality of the diplomas it issues in the Hotel and Tourism sector,
- the level of general organization and governance of hotel schools, members, or non-members of Eurhodip,
- the role played by their Hotel and Restaurant Partners in their apprenticeship, internship, and employment missions.

WHAT IS THE NEW EURHOQUAL CERTIFICATION?

EURHOQUAL has recently carried out a major review of its organization and evaluation criteria to meet the new quality standards of the European Union and technical and higher education in the hospitality and tourism sectors.

Today, it has a team of experts from the EURHODIP Board of Directors ("Peers") as well as independent personalities ("Specialists") in technical or higher education and professionals from the Tourism and Hospitality industry.

To engage in the EURHOQUAL Quality Ceertification process is, on the one hand, to have the best organization for the management of your school validated by an external audit and, on the other hand, to certify the quality of the teaching that is delivered. In a nutshell, it is about getting a better reputation for students, guardianship authorities and the professional sector.

The quality assessment criteria scrupulously comply with the criteria EFTQM (Eurhodip Framework for Total Quality Management) adapted to hotel and Tourism Education.

There are now six EURHOQUAL Quality Labels, covering all aspects of Certification:

1. Academic Quality at Technical Education (levels: Certificate, Diploma)
2. Academic Quality at Higher Education (levels: Bachelor, Master)
3. Total Quality Management in Professional Education (general organization + academic)
4. Total Quality Management in Higher Education (general organization + academic)
5. Quality of Professional Facilities Integrated with Schools (practical education)
6. Quality of Professional Facilities at Hotel & Restaurant Partners (practical education, internships, jobs)

The EURHOQUAL Quality labels are awarded to each recipient for a period of 5 years subject to being declared fit to take advantage of it by the EURHOQUAL Certification Committee. It can be renewed, as many times as necessary, subject to successful quality reassessment.

Association totalement souveraine et indépendante, EURHODIP The Leading Hotel Schools in Europe, reste fidèle à sa mission principale qui est d'apporter une dimension européenne aux formations hôtelières basée sur les valeurs européennes de l'hospitalité.

Parmi ses missions, EURHODIP a mis en place, il y a huit ans déjà, un label européen de qualité, dénommé EURHOQUAL, dont le but est de certifier:

- que le récipiendaire exerce sa mission dans le plus grand respect des règles déontologiques et professionnelles traditionnelles de l'hospitalité européenne,
- de la très grande qualité des diplômes qu'il délivre dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme,
- du niveau de l'organisation générale et de la gouvernance des écoles hôtelières, membres ou non membres d'Eurhodip,
- du rôle joué par leurs partenaires hôteliers et restaurateurs, dans leurs missions d'apprentissage, de stage et d'emploi.

QU'EST-CE QUE LA NOUVELLE EURHOQUAL?

EURHOQUAL vient tout récemment de procéder à une profonde révision de son organisation et de ses critères d'évaluation afin de respecter les nouvelles normes qualité de l'Union Européenne et de l'enseignement technique et supérieur dans les métiers de l'Hôtellerie et du Tourisme.

Il s'est doté aujourd'hui d'une équipe d'experts issus du Conseil d'Administration d'EURHODIP (les pairs) ainsi que des personnalités indépendantes (les spécialistes) de l'enseignement technique et supérieur et des professionnels de l'industrie du tourisme et de l'hôtellerie.

S'engager dans la démarche de Certification de la qualité EURHOQUAL c'est, d'une part, faire valider par un regard extérieur la meilleure organisation pour la gestion de son école et, d'autre part, certifier la qualité des enseignements qui sont délivrés. En un mot, c'est s'assurer une plus grande réputation auprès des étudiants, des administrations de tutelles et du secteur professionnel.

Les critères d'évaluation de la qualité respectent scrupuleusement les critères EFTQME (Eurhodip Framework for Total Quality Management) adaptés à l'enseignement hôtelier et touristique.

Il existe aujourd'hui six labels qualité EURHOQUAL recouvrant tous les aspects de la Certification:

1. Qualité Académique en Enseignement Technique (niveaux: Certificate, Diplôme)
2. Qualité Académique en Enseignement Supérieur (niveaux: Bachelor, Master)
3. Qualité Totale en Enseignement Technique et Professionnel (organisation générale + académique)
4. Qualité Totale en Enseignement Supérieur et Professionnel (organisation générale + académique)
5. Qualité des Installations Professionnelles Intégrées aux Ecoles (enseignements pratiques)
6. Qualité des Installations Professionnelles chez les Partenaires hôteliers et les restaurateurs (enseignements pratiques, stages, emplois)

Le label qualité EURHOQUAL est attribué à chaque récipiendaire pour une durée de 5 ans sous réserve d'être reconnu apte à s'en pré-valoir par la commission d'expert d'EURHOQUAL et par le Conseil d'Administration d'EURHODIP. Il peut être renouvelé, au tant de fois que nécessaire, sous réserve de réussir la réévaluation qualité.



QUELS SONT LES AVANTAGES DE LA NOUVELLE CERTIFICATION EURHOQUAL ET DES LABELS QUALITÉ?

Pour les Ecoles, membres ou non-membres d'EURHODIP:

- Augmenter leur notoriété auprès des étudiants, des familles et des employeurs.
- Améliorer les programmes grâce à une évaluation régulière qui permet de repérer les dysfonctionnements, de trouver des solutions, de réactualiser les contenus et les méthodes et donc d'obtenir une plus grande efficacité des formations.
- Optimiser l'organisation générale de l'établissement.
- Afficher sur tous leurs outils de communication la Certification Qualité EURHOQUAL.

Pour les Restaurants et les Hôtels d'application intégrés à l'école ou chez les partenaires:

- Valoriser les infrastructures et les équipements qui concourent à la formation des étudiants et des stagiaires,
- Attester de la grande qualification des personnels dans leur rôle d'enseignant, d'éducateur et de maître d'apprentissage.
- Confirmer la valeur de l'enseignement des réalités professionnelles dans un cadre approprié de qualité et la mise en situation réelle des étudiants et des stagiaires.

Pour les Qualifications délivrées par EURHODIP

- Attester du haut niveau des compétences professionnelles acquises.
- Valider la bonne organisation des examens et le processus d'attribution des diplômes.

• Attester de la qualité du corps enseignant.

COMMENT OBTENIR UNE CERTIFICATION EURHOQUAL ET LES LABELS QUALITÉ?

After making a written application to the EURHOQUAL Certification Committee, the applicant school receives the Certification Submission File with the Certification Handbook.

Once the Certification Submission File is completed, the "Peers" Team conducts an initial evaluation and drafts the Preliminary Report concluding either a request for additional information or the continuation of the process by organizing the on-site visit of the team of experts (the specialists).

At the end of the on-site visit, a Final Report is written, presented to the EURHOQUAL Certification Committee for final decision. The Applicant School is then informed of this decision.

The EURHOQUAL Certification and Quality Labels are awarded during an Official ceremony at the EURHODIP Annual Conference.



Après avoir fait une demande écrite auprès du EURHOQUAL Certification Committee, l'école postulante reçoit le Certification Submission File accompagné du Certification Handbook.

Une fois le Certification Submission File renvoyé rempli, l'équipe des "pairs" procède à une première évaluation et rédige le Preliminary Report concluant soit à une demande d'informations complémentaires, soit à la poursuite du processus par l'organisation de la visite sur site de la seconde équipe d'experts (les spécialistes).

A l'issue de la visite sur site, un Final Report est établi, présenté au EURHOQUAL Certification Committee pour décision finale. L'école postulante peut alors prendre connaissance de cette décision.

La remise de la Certification EURHOQUAL et des Labels Qualité a lieu lors d'une cérémonie Officielle à l'occasion de la Conférence annuelle d'EURHODIP.

UNE RÉFLEXION SUR LA DURABILITÉ ET LA RESPONSABILITÉ DANS LES ORGANISATIONS TOURISTIQUES

A REFLECTION ABOUT SUSTAINABILITY AND SOCIAL RESPONSIBILITY IN TOURIST ORGANIZATIONS

THE SOCIAL RESPONSIBILITY and sustainability are on everyone's agenda and should be understood as an advance in the tourist organizations. The aforementioned, organizations are focused on getting the best results in the sustainable development. In this way organizations of the tourist sector assume a commitment with all the stakeholders (employees, consumers, suppliers, government, and the general society). These assumptions are assessed in an **internal** angle that encompasses the HR management, health and work safety, adapt to change and the management of the environmental impact and natural resources, and in an **external** perspective that encompasses the players, the human rights and the global environmental concerns.

In a recent past organizations and companies related with the tourism area prepare the information about sustainability only to a restricted group of interests: **the investors, the employees, and the customers**. Nowadays that same information aims to a wider universe, including interest groups directly and indirectly and other stakeholders in different aspects of business.

Let us consider, regarding communication it is assumed that the knowledge of different groups, internal or external to the organization, should be relevant according to their different needs, only this way we can see its value. In an internal level, information and communication should be integrated in all the decision and communication processes. To set up objec-

LA RESPONSABILITÉ SOCIALE et la durabilité sont à l'ordre du jour et doivent être comprises comme une avancée dans l'esprit des organisations touristiques, qui sont orientées pour obtenir de meilleurs résultats en matière de développement durable. Ainsi, les organisations du secteur touristique s'engagent auprès de tous leurs partenaires (collaborateurs, consommateurs, fournisseurs, gouvernement et la société en général). Ceux-ci sont évaluées sur un volet **intérieur**, englobant la gestion des ressources humaines, la santé et la sécurité au travail, l'adaptation au changement et la gestion de l'impact environnemental et des ressources naturelles, et sur un volet **externe** comprenant les parties prenantes, les droits de l'homme et les préoccupations environnementales globales.

Dans un passé récent, les organisations et entreprises liées au tourisme ne préparaient des informations sur la durabilité que pour un groupe d'intérêts étroit: **les investisseurs, les employés et les clients**. À l'ère contemporaine, ces mêmes informations s'adressent à un univers plus large, comprenant des groupes d'intérêts directs et indirects et d'autres parties prenantes dans les différents aspects de l'entreprise.

Plus concrètement: en ce qui concerne la communication, la connaissance des différents groupes, internes et externes à l'organisation est supposée et doit être pertinente en fonction de leurs différents besoins, car ce n'est qu'ainsi qu'elle manifestera son utilité. Au niveau interne, l'information et la communication doivent être intégrées dans tous les processus de décision et de communication. Fixer des objectifs et surveiller la performance, au moyen d'indicateurs ou d'outils de gestion, utilisés dans le monde des affaires, y compris la gestion environnementale et la mesure de l'éco-efficacité, qui sont nécessaires pour mesurer les progrès de l'organisation vers un avenir plus durable, définir les opportunités et les priorités, identifier les économies de coûts et les bénéfices éventuels. Il convient également de mentionner que les utilisateurs internes sont variés, car alors que les administrations des organisations intègrent des informations sur la durabilité dans leurs décisions stratégiques et dans la définition des objectifs, les organes de gestion utilisent les mêmes informations pour prendre des décisions relatives à l'amélioration des produits et des processus en cours. À leur tour, les collaborateurs et leurs groupes représentatifs s'intéressent aux informations sur le développement durable, afin qu'ils puissent juger si l'entreprise est une source stable d'emploi et a une citoyenneté d'entreprise respectée. Ils sont également intéressés à connaître les performances de l'organisation, à quantifier leur propre contribution, à obtenir des informations sur les niveaux de rémunéra-

tives and monitoring performance through indicators or management tools, used in the business world, including in the environmental management and in the ecoefficiency mediation, which are necessary to measure the evolution of the organization to a more sustainable future, define opportunities and priorities, identify cost savings and possible benefits. Note also that the internal users are varied, because while organization administrations embed in the information of the sustainability in their strategic decisions and in the definition of objectives, the management bodies apply that same information to make decisions related with the improvement in products and in the ongoing processes. On the other hand, the employees and their representative groups are interested in information about the sustainable development, in a way that they could judge if a company is a source of solid employment and if it has a respected corporate citizenship. They are also interested in knowing about the organization performance, quantify their own contribution, get information about compensation, benefits related with retirement and job opportunities.

Regarding the external users about sustainability, these are looking for specific communication and information which allows them to compare the companies' performance, acknowledging the diversity inherent to business and the specification of each organization. The investors, shareholders, financial analysts are much more aware to information about sustainability, because the performance of a company can influence the financial value, the investments quality, and the continuity of operations. The investors and the financial analysts' interests are not limited to the financial information, since the information about risks and opportunities linked to social responsibility and the environmental impact can be used in the decision and investment process. The customers, besides being interested in validating if the goods that they buy are environmentally friendly e society friendly, seek to know about values, attitudes, and social risks, connected with the activities, goods or services traded by the company. To the suppliers, as an essential part of the supply chain, the information about sustainability can help them to determine risks because allows them to anticipate possible requirements that could come.

It is also important how the organization provides to their clients and to general society information about sustainability, as to provide information about evolution and recent activities of the organization, allows us to conclude that there is a balance between what the organizations extract and what they give and add to the local community. These groups, with different interests, can use sustainable development reports

tion, les prestations de retraite et la nature et la portée des possibilités d'emploi.

En ce qui concerne les utilisateurs externes du développement durable, ceux-ci recherchent des communications et des informations distinctes qui leur permettent de comparer les performances des entreprises, en reconnaissant la diversité inhérente à l'activité et la particularité de chaque organisation. Les investisseurs, les actionnaires, les analystes financiers, sont de plus en plus attentifs aux informations sur la durabilité, vu que les performances d'une entreprise peuvent influencer la valeur financière, la qualité des investissements et la continuité des opérations. Les intérêts des investisseurs et des analystes financiers ne se limitent pas aux informations financières, étant donné que les informations sur les risques et les opportunités associés à la responsabilité sociale et à l'impact environnemental peuvent être utilisées dans le processus de décision et d'investissement. Les clients, en plus d'être intéressés à confirmer si les produits qu'ils achètent sont des "amis" de l'environnement et de la société, cherchent à connaître les valeurs, les attitudes et les risques sociaux liés aux activités, produits ou services commercialisés par l'entreprise. Pour les fournisseurs, en tant que partie intégrante de la chaîne d'approvisionnement, les informations sur la durabilité peuvent les aider à déterminer les risques, dans la mesure où elle leur permet d'anticiper les demandes éventuelles auxquelles ils peuvent être soumis. Il est également important de savoir comment l'organisation diffuse les informations sur la durabilité à ses clients et à la société elle-même, en sachant qu'en fournissant des informations sur l'évolution et les activités récentes de l'organisation, elle nous permet de conclure s'il existe un équilibre entre ce qu'ils extraient et ce qu'ils ajoutent dans la communauté locale. Ces groupes, d'intérêts très différents, peuvent utiliser les rapports de développement durable comme base pour comprendre les valeurs, les principes, les attitudes, le rendement et les objectifs organisationnels. Enfin, les gouvernements et les agences gouvernementales ont besoin d'informa-

“ ”

Dans un passé récent, les organisations et entreprises liées au tourisme ne préparaient des informations sur la durabilité que pour un groupe d'intérêts étroit: les investisseurs, les employés et les clients.



Rui
AMARAL

Escola de Hotelaria
e Turismo de Portalegre
Specialist Technician

TURISMO DE
PORTUGAL
escola de
Portalegre

“ ”

The concept trilogy in the economic, environmental, and social aspects in social responsibility practices, should interact holistically, in a way that tourism and tourism organizations represent in many parts of the world the only help to local communities.

as the basis to understand values, principles, attitudes, performance, and organizational targets. To finish, the governments and the governmental agencies need information that enables them to regulate the companies' activities and determine the competition, taxes, environmental, social affairs, and consumers policies. The sustainability reports may contribute to this definition and be used as a source of information in the collection of national statistics linked with the sustainable development. Concerning this specific sector, Tourism, the sustainability reports have the goal to supply information about the organizations activities, for example **hotel chains, schools, investigation centers, tourism providers, travel agents and business companies of touristic animation.**

From the Turismo de Portugal point of view, these reports intend to promote “(...) the dialogue and the constructive discussion among the several sector agents, encouraging them to incorporate the sustainability values in their activities and operations and to develop growth and distinction mechanisms through the setting of good environmental and social practices.”

The World Tourism Organization (UNWTO), pioneering in sustainability and social responsibility, establishes tourism as the responsible sector that identifies the benefit activity to most countries and communities. It also defines rules to workplaces that protect the rights of each of the interested parts and recognizes tourism as beneficial to growth, development and as a factor of environmental sustainability. Modern society, the modern world, acknowledge the importance and utility of nature and environment with its ethics and practice of social responsibility. In the tourism sector, ethics have been covered, as the growing concern about environment since the 70's in western societies increased, because today's tourist travels much more easily and has a greater level of knowledge and access to privileged information. The execution of good environmental practices allows the development of organizational strategies which are the plan to develop and adjust the competitive advantage, leading to the economic and financial maximization, creating therefore value in the market perception. In the social perspective it could be assumed as an organizational commitment, to the development of society, through its wider attitudes and values, where organizations should contribute in a mor-

tions pour réglementer les activités des entreprises et déterminer les politiques en matière de concurrence, de fiscalité, d'environnement, d'affaires sociales et de consommation. Les rapports de durabilité peuvent collaborer à cette définition et être utilisés comme source d'information dans la compilation des statistiques nationales relatives au développement. Dans le cas spécifique du secteur du tourisme, les rapports de durabilité visent à fournir des informations sur les activités d'organisations telles que **les groupes hôteliers, les établissements d'enseignement, les centres de recherche, les tour-opérateurs, les agents de voyage et les entreprises de divertissement touristique.** Du point de vue de Turismo de Portugal, ces rapports visent à promouvoir “(...) le dialogue et la discussion constructive entre les différents agents du secteur, en les encourageant à incorporer les valeurs de durabilité dans leurs activités et opérations, et à développer des mécanismes de développement et de différenciation par la mise en œuvre de bonnes pratiques environnementales et sociales”. L'Organisation mondiale du tourisme (OMT), pionnière dans la durabilité et la responsabilité sociale, établit le tourisme comme étant responsable, qui identifie l'activité bénéfique pour la plupart des pays et communautés. Elle définit également des normes pour le lieu de travail, qui protègent les droits des parties prenantes et reconnaissent le tourisme comme bénéfique pour la croissance, le développement et comme facteur de durabilité environnementale. La société moderne, dans le monde contemporain, a reconnu l'importance et l'utilité de la nature et de l'environnement, avec son éthique et sa pratique de responsabilité sociale. Dans le secteur du tourisme, la question de l'éthique a été tellement abordée, puisque la préoccupation environnementale s'est accrue à partir des années 1970 dans les sociétés occidentales, étant donné que les touristes voyagent plus facilement, ont un plus haut degré de connaissance et ont accès à des informations privilégiées. L'action des bonnes pratiques environnementales permet de développer des stratégies organisationnelles, qui sont le plan pour développer et ajuster l'avantage compétitif, résultant en une maximisation économique et financière, créant ainsi de la valeur dans la perception du marché. Dans le domaine social, il peut être pris comme un engagement organisationnel, pour le développement de la société, à travers ses attitudes et ses valeurs de manière générale, où les organisations doivent contribuer de manière morale, au-delà des minimums établis auxquels elles sont soumises et légalement liées. Cela résulte d'une vision large du rôle des organisations, qui à la fois permet d'améliorer durablement la qualité de vie des sociétés concernées.

La trilogie du concept des aspects économiques, environnementaux et sociaux dans les pratiques de responsabilité sociale doit interagir de manière holistique, car le tourisme et les organisations touristiques représentent dans de nombreuses régions du monde

al way, besides the established minimums that they are legally bound. This results in a broader vision of the organization role which in turn increases in a sustainable way the quality of life of the engaged societies.

The concept trilogy in the economic, environmental, and social aspects in social responsibility practices, should interact holistically, in a way that tourism and tourism organizations represent in many parts of the world the only help to local communities. However, this tripod of sustainability in the global and modern world has a growing model settled in the economy causing sometimes major imbalances. By one side the emerging countries of great economic potentialities as the BRICK (Brazil, Russia, India, and South Africa), have big discrepancies when referring to poverty, wealth, peace and conflicts, religions, cultures, societies, contaminating subsequently the environmental degradation as well as the social injustice in the organizations, given that this situation could not be happen in communities with less emerging economies. To many economies tourism organizations are considered sustainable and successful if there are economically and financially healthy, better saying, that have a good capital and a value-added generation. In this regard, the development should include a distribution of wealth created by the economic and financial growth, that is by creating new jobs, or by providing more social services to the general population.

The tripod picture (tripod bottom line) aims to establish the responsibility practices in the three mentioned aspects. Regarding the social perspective, this is referred to the human capital handling, in the salary, wellbeing, working conditions, health benefits and family assistance dimensions. In this field the impact of tourism, namely in the third world communities, it's of great proximity and much social responsibility. However, a tourist awareness of new destinations combined to an environmental era, allows that organizations strengthen environmental practices, in particular the offer and demand of new goods in niches as ecotourism, trekking, dark sky tourism. Related with the profit variable it's any organization's duty to have positive outcomes, since the big tourist economic groups intend to maximize their risk, as any other organization of a different sector.

In short, a concern with the sustainability regarding the tourism organizations leads to great changes, such as, the continuous improvement of the employees, the competition pressure, and the consumers' great demand, which want more certify companies and goods in quality and environmental responsibility. It turns out that the organizations with a strong social responsibility and sustainability image, created from the diffusion of environmental practices and their user's recognition as advantages in diminishing the impacts caused by the activity, what highlighted them and makes them an example to follow.

la seule aide pour les communautés locales. Cependant, ce trépied de la durabilité dans le monde global et contemporain possède un modèle de croissance, basé sur l'économie provoquant parfois de grands déséquilibres. D'une part, les pays émergents à forts potentiels économiques, tels que les BRIC (Brésil, Russie, Inde, Chine et Afrique du Sud), présentent de grands écarts en termes de pauvreté, de richesse, de paix et de conflits, de religions, de cultures, de sociétés, contaminant a posteriori la dégradation de l'environnement et la pollution, ainsi que l'injustice sociale dans les organisations, ce qui ne se produit pas forcément dans les communautés aux économies moins émergentes. Pour de nombreuses économies, les organisations touristiques sont considérées comme prospères et durables si elles sont économiquement et financièrement saines, c'est-à-dire si elles ont de bons actifs et une génération de valeur accrue. En partant de ce principe, le développement devrait inclure une répartition de la richesse générée par la croissance économico-financière, soit par la création d'un plus grand nombre d'emplois, soit par l'augmentation des services sociaux pour la population en général

L'image du trépied (tripod bottom line) vise à établir des pratiques de responsabilité dans les trois aspects déjà mentionnés. En ce qui concerne l'aspect social, il s'agit du traitement du capital humain dans les dimensions du salaire, du bien-être, ambiance de travail, des bénéfices de santé et de l'assistance familiale. Dans ce domaine, l'impact que le tourisme a, notamment sur les communautés des pays du tiers monde, est de grande proximité et de grande responsabilité sociale. Cependant, une conscience touristique à propos de nouvelles destinations associée à une ère environnementaliste permet aux organisations de consolider les pratiques environnementales, notamment dans l'offre et la demande de nouveaux produits de niche tels que l'écotourisme, la randonnée, dark sky tourism. Quant à la variable du profit, il est de la responsabilité de toute organisation d'avoir des résultats positifs, étant donné que les grands groupes économiques touristiques veulent maximiser leur risque comme toute autre organisation dans différents secteurs.

En résumé, la préoccupation concernant la durabilité dans les organisations du secteur du tourisme mène à de grands changements, tels que l'amélioration continue des collaborateurs, la pression de la concurrence et des consommateurs plus en plus exigeants, qui choisissent de plus en plus des entreprises et des produits certifiés en matière de qualité et de responsabilité environnementale. On peut constater que les organisations ayant une forte image de responsabilité sociale et de durabilité, qui se traduit par la diffusion de bonnes pratiques environnementales et la reconnaissance de leurs utilisateurs comme des avantages dans la réduction des impacts causés par leur activité, ce qui les distingue et devient un exemple à suivre.

EURHODIP 6 MONTHS CAUSES, FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT EURHODIP

6 months, 6 causes, is a project that will promote improvements in the social, economic and environmental sector.

The achievement of the Sustainable Development Goals (SDG's) is an indispensable part of the student training process and the impact of the Eurhodip, the Leading Hotel Schools.

6 MOIS, 6 CAUSES, POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

BRUSSELS, AUGUST 22, 2022 – Eurhodip, The Leading Hotel Schools, aware of its influence on the development of the gastronomic, hotel and tourism sector, launches a very important proposal for collaborative work with which, in cooperation with agents involved in the development of Social Responsibility and Sustainable Development projects, it will impact on the way in which companies will influence from now on the improvement of the social environment, economic and environmental, to ensure a more committed future.

6 months, 6 causes, is a project that was born with the aim of contributing to a global cause and that will involve the entire educational community of the Eurhodip school members, other collaborating entities and that will involve the creation of alliances with companies equally committed to the achievement of the Sustainable Development Goals. The cause will be extended during the 6 months of the academic year, starting in November and ending in April.

Taking as a starting point the 17 objectives of the 2030 Agenda for Sustainable Development as a roadmap to achieve a common social goal, global and sustainable human development, Eurhodip school members, focuses on developing 6 concrete objectives over 6 months:

SDG 1. END OF POVERTY. A percentage of the results of our School Restaurants, a restaurant of practical application of the students, will be destined to entities that fight to help people in situations of social vulnerability or poverty.

BRUXELLES, LE 22 AOÛT 2022 – Eurhodip, The Leading Hotel Schools, consciente de son influence sur le développement du secteur gastronomique, hôtelier et touristique, lance une importante proposition de travail collaboratif avec laquelle, en coopération avec des agents impliqués dans le développement de Projets de Responsabilité Sociale et de Développement Durable, elle aura un impact sur la manière dont les entreprises influenceront désormais l'amélioration de l'environnement social, économique et environnemental, afin d'assurer un avenir plus engagé.

6 mois, 6 causes, est un projet qui est né dans le but de contribuer à une cause mondiale et qui impliquera toute la communauté éducative des membres d'Eurhodip, d'autres entités collaboratrices et qui entraînera aussi la création d'alliances avec des entreprises également engagées à la réalisation des objectifs de développement durable. La cause sera prolongée pendant les 6 mois de l'année académique, de novembre à avril.

Prenant comme point de départ les 17 objectifs de l'Agenda 2030 pour le développement durable comme feuille de route pour atteindre un objectif social commun, le développement humain global et durable, les membres d'Eurhodip se concentrent sur l'élaboration de 6 objectifs concrets sur 6 mois :

ODD 1. ÉRADICATION DE LA PAUVRETÉ. Un pourcentage des résultats de nos restaurants d'application sera destiné à des entités qui luttent pour aider les personnes en situation de vulnérabilité sociale ou de pauvreté.

6 mois, 6 causes, est un projet qui favorisera des améliorations dans le secteur social, économique et environnemental.

La réalisation des Objectifs de Développement Durable (ODD) est un élément indispensable du processus de formation des étudiants et de l'impact de l'Eurhodip, les Grandes Écoles Hôtelières.

SDG 2. ZERO HUNGER. A large collection of food will be organized, involving the entire educational community, external staff and neighbors of the sector that will be donated to an entity that can redistribute them in favor of the most needy people.

SDG 3. HEALTH AND WELL-BEING. The second edition of the Healthy Eating Days will be held in collaboration with that association that disseminates the importance of food, nutrition and sport in the prevention of diseases.

SDG 4. EDUCATION AND QUALITY. One of the purposes of the Eurhodip Schools is to contribute to creating a quality structure to ensure that training and education in gastronomy, hospitality and tourism respond to the expectations of students and the demands of the sector, thus positioning training in these areas in the place that corresponds to it due to its economic importance in our country. Therefore, we work on academic excellence with ISO 9001 certification and in a collaborative way with the University.

Likewise, as a social purpose, the Eurhodip schools understand that training for people with problems of social and professional insertion should be promoted. In this way, it will continue to strengthen alliances with entities that promote the insertion and improvement of the social conditions of the most disadvantaged groups.

SDG 5. GENDER EQUALITY. The adhesion of the ESHS to the Andalusian Network of Conciliatory Entities (RAEC), an initiative promoted by the Andalusian Institute for Women (IAM), among others, is a tangible example of the commitment assumed by the recognition

ODD 2. LUTTE CONTRE LA FAIM. Une grande collecte de nourriture sera organisée, impliquant toute la communauté éducative, le personnel extérieur et les partenaires du secteur qui seront reversés à une entité qui pourra les redistribuer en faveur des personnes les plus dans le besoin.

ODD 3. ACCÈS À LA SANTÉ. La deuxième édition des Journées pour une Alimentation Saine alimentation se fera en collaboration avec des associations qui promeuvent l'importance de l'alimentation, de la nutrition et du sport dans la prévention des maladies.

ODD 4. ACCÈS À UNE ÉDUCATION DE QUALITÉ. L'une des vocations des Écoles d'Eurhodip est de contribuer à créer une structure de qualité pour que la formation et l'enseignement de la gastronomie, de l'hôtellerie et du tourisme répondent aux attentes des étudiants et aux exigences du secteur, positionnant ainsi la formation dans ces domaines à la place qui lui correspond en raison de son importance économique dans notre pays. Par conséquent, nous travaillons sur l'excellence académique avec la certification ISO 9001 et de manière collaborative avec l'Université.

De même, en tant que finalité sociale, les écoles d'Eurhodip comprennent qu'il convient de promouvoir la formation des personnes en difficulté d'insertion sociale et professionnelle. De cette façon, elles continueront à renforcer les alliances avec des entités qui favorisent l'insertion et l'amélioration des conditions sociales des groupes les plus défavorisés.

ODD 5. ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES. L'adhésion de l'ESHS au Réseau andalou d'entités conciliatrices (RAEC), une initiative promue par l'Institut andalou de la femme (IAM), entre autres, est un exemple tangible de l'engagement assumé par la reconnaissance des capacités et la conciliation, sans prendre compte du genre. Celle-ci participera à toutes les activités de promotion, de formation et de soutien qui favorisent ce principe.

ODD 12. CONSOMMATION RESPONSABLE. Les écoles d'Eurhodip, résolument engagées dans le recyclage et la consommation responsable, indispensables dans le secteur de l'hôtellerie, programmeront des journées de recyclage, de réduction des déchets et d'évitement du gaspillage alimentaire.

L'Éducation pour un développement durable (EDD) permet aux apprenants de prendre des décisions éclairées et des actions responsables pour l'intégrité environnementale, la viabilité économique et une société juste, pour les générations présentes et futures, tout en respectant la diversité culturelle. Il s'agit d'un apprentissage tout au long de la vie et fait partie in-



Iñaki
ECHEVESTE

Escuela Superior
de Hostelería de Sevilla
Director



of capacities and conciliation, without taking into account gender. It will participate in all those promotion, training and support activities that favor this principle.

SDG 12. RESPONSIBLE PRODUCTION AND CONSUMPTION. The Eurhodip schools are firmly committed to recycling and responsible consumption, which is essential in the hospitality sector, will schedule recycling days, waste reduction and avoiding food waste.

ESD empowers learners to take informed decisions and responsible actions for environmental integrity, economic viability and a just society, for present and future generations, while respecting cultural diversity. It is about lifelong learning, and is an integral part of quality education. ESD is holistic and transformational education which addresses learning content and outcomes, pedagogy and the learning environment. It achieves its purpose by transforming society.

The focus of ESD is not just on learning about sustainability issues such as climate change, health inequalities and preserving biodiversity in the oceans. ESD also aims to develop people as active agents of change – developing the required competencies such as systemic and strategic thinking and interpersonal skills to be able to effectively collaborate to promote sustainability in a range of settings.

tégrante d'une éducation de qualité. L'EDD est une éducation holistique et transformationnelle qui aborde le contenu et les résultats d'apprentissage, la pédagogie et l'environnement d'apprentissage. Elle atteint son but en transformant la société.

L'EDD ne se concentre pas uniquement sur l'apprentissage des questions de durabilité telles que le changement climatique, les inégalités en matière de santé et la préservation de la biodiversité dans les océans. L'EDD vise également à développer les personnes en tant qu'agents actifs du changement - en développant les compétences requises telles que la pensée systémique et stratégique et les compétences interpersonnelles pour être en mesure de collaborer efficacement pour promouvoir la durabilité dans divers contextes.

Pour cette raison, les écoles d'Eurhodip ont un rôle clé à jouer dans l'éducation pour le développement durable des étudiants potentiellement inspirants et formateurs (ainsi que le personnel et l'ensemble de la communauté universitaire) pour faire une différence positive pour le reste de leur vie.

How do the SDGs help universities?

- Create increased demand for SDG related education
- Provide a comprehensive and globally accepted definition of a responsible university
- Offer a framework for demonstrating impact
- Create new funding streams
- Support collaboration with new external and internal partners

How do universities help SDGs?

- Knowledge
- Learning
- Demonstration
- Impact
- Collaboration

- Provide knowledge, innovations and solutions to the SDGs
- Create current and future SDG implementers
- Demonstrate how to support, adopt and implement SDGs in governance, operations and culture
- Develop cross-sectoral leadership to guide the SDG response



For this reason, Eurhodip schools have a key role to play in education for sustainability – potentially inspiring and training students (along with staff and the university's wider community) to make a positive difference for the rest of their lives.

WHY THE SDGS NEED UNIVERSITIES

The tertiary education and scientific research sectors are explicitly recognised in a number of the SDGs; however, university contribution is needed much more broadly to achieve all of the SDGs. The SDG agenda covers a wide range of interconnected social, economic, and environmental challenges and the unique functions and expertise of universities are critical for overcoming all of these. Arguably the SDGs will not be achieved without this sector. The key roles for universities are:

- Providing the knowledge and solutions to underpin the implementation of the SDGs
- Creating current and future SDG implementers
- Embodying the principles of the SDGs through organisational governance, operations and culture
- Providing cross-sectoral leadership in implementation

WHY UNIVERSITIES NEED THE SDGS

The SDGs are a global framework with strong buy-in and adoption among governments, business, civil society, funders, other universities and the community. Universities can draw a range of benefits from this broad support by engaging with the SDGs. Key benefits include:

- Demonstrating university impact
- Capturing demand for SDG-related education
- Building new external and internal partnerships
- Accessing new funding streams
- Adopting a comprehensive and globally accepted definition of a responsible and globally aware university

AN OVERVIEW OF EURHODIP SCHOOLS CONTRIBUTION TO THE SDGS

The SDG agenda explicitly recognises the importance of interdependencies between and within the SDGs. It calls for the SDGs to be considered as an indivisible and integrated whole that should be addressed in a balanced way that accounts for interlinkages between the SDGs and between their social, environmental and economic dimensions

Here are the challenges covered by the SDGs selected for the campaign “**6 months, 6 causes, for sustainable development**”.

POURQUOI LES ODD ONT BESOIN DES UNIVERSITÉS

Les secteurs de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique sont explicitement reconnus dans un certain nombre d'ODD ; cependant, la contribution des universités est nécessaire de manière beaucoup plus large pour atteindre tous les ODD. L'agenda des ODD couvre un large éventail de défis sociaux, économiques et environnementaux interconnectés et les fonctions et l'expertise uniques des universités sont essentielles pour surmonter tous ces défis. On peut dire que les ODD ne seront pas atteints sans ce secteur. Les rôles clés des universités sont :

- Fournir les connaissances et les solutions pour soutenir la mise en œuvre des ODD
- Créer des exécutants actuels et futurs des ODD
- Incarner les principes des ODD à travers la gouvernance, les opérations et la culture organisationnelles
- Assurer un leadership intersectoriel dans la mise en œuvre

POURQUOI LES UNIVERSITÉS ONT BESOIN DES ODD

Les ODD sont un cadre mondial avec une forte adhésion et adoption par les gouvernements, les entreprises, la société civile, les investisseurs, les autres universités et la communauté. Les universités peuvent tirer une série d'avantages de ce large soutien en s'engageant avec les ODD. Les principaux avantages incluent :

- Démontrer l'impact de l'université
- Saisir la demande d'éducation liée aux ODD
- Construire de nouveaux partenariats externes et internes
- Accéder à de nouvelles sources de financement
- Adopter une définition complète et mondialement acceptée d'une université responsable et sensibilisée à l'échelle mondiale

APERÇU DE LA CONTRIBUTION DES ÉCOLES D'EURHODIP AUX ODD

Le programme des ODD reconnaît explicitement l'importance des interdépendances entre et au sein des ODD. Il appelle à considérer les ODD comme un tout indivisible et intégré qui devrait être abordé de manière équilibrée en tenant compte des liens entre les ODD et entre leurs dimensions sociales, environnementales et économiques.

Voici les enjeux couverts par les ODD retenus pour la campagne “**6 mois, 6 causes, pour le développement durable**”.



GOAL	KEY ISSUES AND CHALLENGES
	Goal 1 calls for an end to poverty in all its forms everywhere. To meet this objective, social protection programs and targeted assistance for the poor and most vulnerable must be expanded and improved alongside a strengthening of disaster risk reduction and mitigation initiatives for developing countries with weaker institutions.
	Goal 2 aims to end hunger, achieve food security and improved nutrition and promote sustainable agriculture. Achieving this goal means securing access for all to safe, sufficient and nutritious food. This will require resilient agricultural practices and sustainable food production systems. Increased and improved data on food access can help to track the progress on Goal 2 and to guide food insecurity interventions.
	Goal 3 seeks to ensure health and wellbeing for everyone at all ages, including access to safe, affordable and effective health care. To achieve this goal, work on universal access to sexual and reproductive health services, infectious disease prevention, and the treatment and prevention of other public health issues needs to take place.
	Goal 4 aims to ensure inclusive and equitable access to (and completion of) quality education. This goal promotes the acquisition of the knowledge, skills and values needed to function well and contribute to society. The targets of this goal range from ensuring universal youth literacy and numeracy, expanding the global number of scholarships available to developing countries and ensuring equal access for all to affordable and quality technical, vocational and tertiary education.
	The achievement of gender equality and the empowerment of women and girls to reach their full potential is key to Goal 5. The achievement of this goal requires the elimination of all forms of discrimination, violence and harmful practices against women and access to sexual and reproductive health and rights. Work towards this goal will also mean the achievement of gender parity in political, public and economic life.
	Goal 12 focuses on the promotion of sustainable consumption and production patterns. This goal presents a challenge to produce and consume less, while meeting other goals related to inequalities in quality of life and consumption. Innovations around sustainable management of natural resources, a reduction in food waste, and an increase in recycling, reuse, prevention and reduction practices will be crucial to achieving this goal.



TALKING ABOUT the Mediterranean Diet makes us travel in space and time! This physical space considers the civilizations that defined Mediterranean culture, in their unity and diversity of regional expressions, on both sides of the Mediterranean. As for time, that is lost in the past of antiquity! From ancient Greece to the Orient influenced period, of Phoenician and Carthaginian inspiration! It still dates back to the Romans, to the Arab influence and to the Discoveries period! The "diaita", a Greek term that evolves in the timeline and assumes itself as a balanced way of life, persists and repeatedly insists on a set of actions and behaviors of civilizations.

The first protagonists of this story are people of few resources, who worked in the fields "from sun to sun", in lands of scarce water. The near absence of machinery showed high energy needs. Each harvest was achieved with hard work and therefore, the entire result of this gathering was seen as a precious asset, thus wasting it was a crime! It is from this simple and brief framework that the origin of the term "Frugality" arises, also associated with a type of simple and accessible cuisine, under the aegis of the need to eat and to work, therefore, simple!

The term frugality is intrinsically associated with the Mediterranean Diet. Although we cannot associate it apart from the concept, it is broad enough to apply beyond the kitchen. The millennial lifestyle of the inhabitants of this immense sea is evident today in simple techniques of preparation and confection of fish, shellfish, poultry and game, fruits, vegetables,

PARLER DU régime méditerranéen nous fait voyager dans l'espace et le temps! L'espace (physique) considère les civilisations qui ont défini la culture méditerranéenne, dans son unité et la diversité de ses expressions régionales, des deux côtés de la Méditerranée. En ce qui concerne le temps, il se perd dans le passé de l'antiquité: de la Grèce antique à la période orientale, avec l'influence phénicienne et carthaginoise! Elle remonte à l'époque romaine, à l'influence arabe et à la période des Découvertes! La "diaita", un terme grec qui évolue dans la ligne du temps et qui est assumé comme un mode de vie équilibré, persiste et insiste de manière répétée dans un ensemble d'actions et de comportements des civilisations.

Les premiers protagonistes de cette histoire sont des personnes aux ressources limitées, qui travaillaient dans les champs "du soleil au soleil", dans des terres peu arrosées. La quasi-absence de machines a entraîné des besoins énergétiques élevés. Chaque récolte était obtenue grâce à un travail acharné et, par conséquent, tout le résultat de cette récolte était considéré comme un bien précieux, le gaspiller était donc un crime! C'est de ce contexte simple et bref qu'émerge l'origine du terme «Frugalité», également associé à un type de cuisine simple et accessible, sous l'égide de la nécessité de manger pour travailler et donc, simple!

Le terme "frugalité" est intrinsèquement associé au régime méditerranéen. Bien que nous ne puissions pas l'associer au concept de manière isolée, il est suffisamment large pour s'appliquer au-delà de la cuisine.



Manuel
SERRA

Escola de Hotelaria e Turismo
de Vila Real de Santo António
Director

TURISMO DE
PORTUGAL
escola de
V.R. Sto. António



“ ”

Will we need to change the economic structure of commercialization, creating value chains focused on direct negotiation, to promote the circular economy? Let's say that we are witnessing the growth of the frugal economy, a return to the past, based on the challenges of the future!

and everything else that the earth can give us. To understand the frugality of the Mediterranean Diet, travel back in time, getting to know the people, their habits, their history, and the climate that characterizes this little piece of the planet.

Portugal, although bathed by the Atlantic Ocean, has progressed in its history and culture, largely due to the influence of the Mediterranean societies, but also due to its location and consequent similarities both in terms of climate and the landscape itself. The candidature coordinated by Tavira and composed of more than 7 states and representative communities is the result of an ancient heritage built by generations that preceded us and was distinguished by UNESCO on December 4, 2013, inscribing the Mediterranean Diet in the representative list of Intangible Cultural Heritage of Humanity.

The Mediterranean Diet is assumed today as a healthy and comprehensive lifestyle in its genesis. The relationship between work, conviviality at the table and entertainment is a historical and social evidence, as the cultures of the Mediterranean societies are marked by the most diverse festivities, events and traditional games. Gastronomy represents a treasure, but also a healthy and excellent food standard! Simple cooking practices are applied to enhance the flavor of the delicacies and ancestral conservation techniques that have been developed, such as salting, smoking or canning, which allow the seasonal product to remain on the Mediterranean table throughout the year.

Le mode de vie ancestral des habitants de cette immense mer se manifeste aujourd'hui par des techniques simples de préparation et de cuisson du poisson, des fruits de mer, de la volaille et du gibier, des fruits, des légumes et de tout ce que la terre peut nous offrir. Pour comprendre la frugalité du régime méditerranéen, essayez de voyager dans le temps, de connaître les gens, leurs habitudes, leur histoire et le climat qui caractérise ce petit morceau de la planète.

Le Portugal, bien que baigné par l'océan Atlantique, a progressé dans son histoire et sa culture, en grande partie grâce à l'influence des peuples méditerranéens, mais aussi en raison de sa situation géographique et des similitudes qui en découlent, tant au niveau du climat que du paysage lui-même. Résultat d'un héritage ancien construit par les générations qui nous ont précédés, la candidature coordonnée par la ville portugaise de Tavira et composée de sept autres États et communautés représentatives, a été distinguée par l'UNESCO le 4 décembre 2013, plaçant le régime méditerranéen sur la liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité.

Le régime méditerranéen est aujourd'hui considéré comme un mode de vie sain et complet dans sa genèse. La relation entre le travail, la convivialité à la table et le plaisir est une évidence historique et sociale, puisque les cultures des peuples méditerranéens sont marquées par les fêtes, les événements et les jeux traditionnels les plus divers. La gastronomie représente un trésor, mais aussi une norme d'alimentation saine et excellente! Des pratiques culinaires simples sont appliquées pour affiner le goût des produits délicats et des techniques de conservation ancestrales ont été développées, comme le salage, le fumage ou la mise en conserve, qui permettent aux produits de saison de rester sur la table méditerranéenne tout au long de l'année.

Le tourisme est une industrie qui vise à être durable en termes d'utilisation des ressources naturelles! Afin d'obtenir de meilleurs résultats dans ce que l'on appelle "l'empreinte écologique du tourisme", nous devons revoir le terme «mode de vie sain», car il est de plus en plus nécessaire de créer des menus sains, conçus en fonction du niveau d'activité de chaque individu, rendant évidente la nécessité de s'adapter à des habitudes plus sédentaires et avec une moindre consommation d'énergie. On sait donc que l'exercice physique associé aux loisirs sont d'excellents alliés d'un mode de vie sain!

Le facteur "durabilité" est associé au régime méditerranéen en tant que régime durable, "respectueux de l'environnement", en raison de sa faible consomma-

Tourism is an industry that aims to be sustainable in terms of the use of natural resources. To obtain better results in the so-called "ecological footprint of Tourism", we need to revisit the term "Healthy lifestyle", as it is increasingly necessary to create healthy menus, designed according to the level of activity of everyone, making them the need to adapt to more sedentary habits with lower energy consumption is evident. It is therefore known that the practice of physical exercise associated with leisure are excellent allies of a healthy lifestyle!

The sustainability factor is associated with the Mediterranean Diet as a sustainable, "environmentally friendly" diet, due to low water consumption and low CO2 production. So let us be promoters and messengers of this legacy built over time, to adapt our Intangible Heritage to the current lifestyle. Industrialization and aggressive marketing over sales today lead to impulse consumption. It is very common to buy more than what is needed, promoting waste. The pressure to sell more to produce more increases the tension on the planet, which translates into the relationship between the resources produced by nature and human consumption, the so-called "ecological footprint", which is in no way consistent with the Mediterranean consumption model.

Opting for shorter production and consumption circuits promotes a close relationship between producer and consumer and a greater guarantee of quality and freshness of the products we consume, without the need to buy more than necessary. Will we need to change the economic structure of commercialization, creating value chains focused on direct negotiation, to promote the circular economy? Let's say that we are witnessing the growth of the frugal economy, a return to the past, based on the challenges of the future! Eurhodip assumes the legacy of sustainability and the Mediterranean Diet will always be a cross-cutting theme in research, training and the enhancement of the intercultural relationship between countries and their training agents.

“ ”

Le terme "Frugalité" est intrinsèquement associé au régime méditerranéen. Bien que nous ne puissions pas l'associer au concept de manière isolée, il est suffisamment large pour s'appliquer au-delà de la cuisine. Le mode de vie ancestral des habitants de cette immense mer se manifeste aujourd'hui par des techniques simples de préparation et de cuisson du poisson, des fruits de mer, de la volaille et du gibier, des fruits, des légumes et de tout ce que la terre peut nous offrir.

tion d'eau et de sa faible production de CO2. Soyons donc les promoteurs et les messagers de cet héritage construit au fil du temps, afin d'adapter notre patrimoine immatériel au mode de vie d'aujourd'hui. L'industrialisation et le marketing agressif sur les ventes conduisent aujourd'hui à une consommation impulsive. Il est très fréquent d'acheter au-delà de ses besoins, ce qui favorise le gaspillage. La pression exercée pour vendre plus afin de produire plus, augmente la pression sur la planète, ce qui se traduit par le rapport entre les ressources produites par la nature et la consommation humaine, ce qu'on appelle "l'empreinte écologique", qui ne correspond en rien au modèle de consommation méditerranéen.

Choisir des circuits de production et de consommation plus courts favorise une relation de proximité entre le producteur et le consommateur et une meilleure garantie de qualité et de fraîcheur des produits que nous consommons, sans avoir à acheter plus que nécessaire. Faut-il modifier la structure économique de la commercialisation, en créant des chaînes de valeur centrées sur le commerce direct, pour promouvoir l'économie circulaire? Disons que nous assistons à un développement de l'économie frugale, un retour au passé, fondé sur les exigences de l'avenir! Eurhodip assume l'héritage de la durabilité et la diète méditerranéenne sera toujours un thème transversal dans la recherche, la formation et l'amélioration de la relation interculturelle entre les peuples et leurs agents de formation.

EURHODIP 2022 STUDENT COMPETITIONS



EURHODIP OBLIGATIONS

There will be 5 Coordinators. One for each Competition. They will be a link between the EURHODIP organization, the organizer school and also with the participating schools.

Il y aura 5 coordonnateurs. Un pour chaque Compétition. Ils seront un lien entre l'organisation EURHODIP, l'école organisatrice et également avec les écoles participantes.

HOW TO APPLY:

When EURHODIP make public the opening of the competition, each student, through their school, must send their inscription form to the organizing commission EURHODIP: conference@eurhodip2022.com

COMMENT S'INSCRIRE:

Lorsque l'EURHODIP rend publique l'ouverture du concours, chaque étudiant, par l'intermédiaire de son école, doit adresser son dossier d'inscription à la commission organisatrice EURHODIP: conference@eurhodip2022.com



EURHODIP CONCOURS ÉTUDIANT

WHAT IS THE EURHODIP COMPETITIONS?

"EURHODIP COMPETITIONS" is an event within the annual conference that tests the skills and competences of students from EURHODIP schools in 5 areas of training: Hotel Management, F&B Management, Innovation and Entrepreneurship, Tourism Management and Marketing Management.

The Competitions are a way to promote the exchange of experiences, knowledge, and innovation.

WHICH SCHOOLS ARE ALLOWED TO PARTICIPATE?

This event is limited to 10 schools per competition that must be members of EURHODIP. At the end of the application period, if there are more than 10 schools, the schools will be on hold in case some of the selected schools are unable to participate.

RESPONSIBILITY

Each participating school will be responsible for the students they submit. For the competition, each school must register 5 students maximum. One in each category. The participant must certify that their academic background and an English level of B2 or higher.

GENERAL RULES

Each school (members of EURHODIP) can only apply 1 student per challenge

The competition takes place in November 2022 during the Annual Conference and the applications runs until September, 30, 2022

In each challenge, students will be organized into teams with random elements from each school

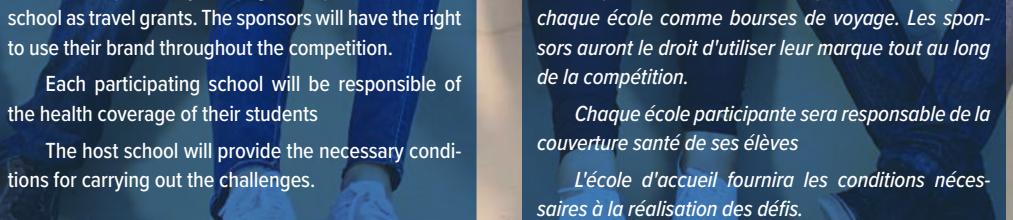
Only students who celebrate up to 30 years of age in the year of the competition (January 1 to December 31) will be accepted in the competitions.

OBLIGATIONS AND TASKS FOR THE SCHOOLS AND PARTICIPANTS

Each school will be responsible for the student's transportation to the conference and the inscription fee, with the possibility of using local sponsors for each school as travel grants. The sponsors will have the right to use their brand throughout the competition.

Each participating school will be responsible of the health coverage of their students

The host school will provide the necessary conditions for carrying out the challenges.



QU'EST-CE QUE LE CONCOURS EURHODIP?

"CONCOURS EURHODIP" est un événement au sein de la conférence annuelle qui teste les aptitudes et compétences des étudiants des écoles EURHODIP dans 5 domaines de formation: Management Hôtelier, Management F&B, Innovation et Entrepreneuriat, Management Touristique et Management Marketing.

Les concours sont le moyen de promouvoir l'échange d'expériences, de connaissances et d'innovation.

QUELLES SONT LES ÉCOLES AUTORISÉES À PARTICIPER?

Cet événement est limité à 10 écoles par concours qui doivent être membres d'EURHODIP. À la fin de la période de candidature, s'il y a plus de 10 écoles, les écoles seront en attente au cas où certaines des écoles sélectionnées ne pourraient pas participer.

RESPONSIBILITÉ

Chaque école participante sera responsable des élèves qu'elle soumet. Pour le concours, chaque école doit inscrire 5 élèves maximum. Un dans chaque catégorie. Le participant doit attester de sa formation académique et d'un niveau d'anglais B2 ou supérieur.

RÈGLES GÉNÉRALES

Chaque école (membres d'EURHODIP) ne peut inscrire qu'un seul étudiant par défi.

Le concours a lieu en novembre 2022 lors de la conférence annuelle et les candidatures courront jusqu'au 30 septembre 2022

Dans chaque défi, les élèves seront organisés en équipes avec des éléments aléatoires de chaque école.

Seuls les étudiants qui fêtent jusqu'à leurs 30 ans dans l'année du concours (1er janvier au 31 décembre) seront acceptés dans les concours.

OBLIGATIONS ET TÂCHES DES ÉCOLES ET DES PARTICIPANTS

Chaque école sera responsable du transport de l'élève à la conférence et des frais d'inscription, avec la possibilité d'utiliser des sponsors locaux pour chaque école comme bourses de voyage. Les sponsors auront le droit d'utiliser leur marque tout au long de la compétition.

Chaque école participante sera responsable de la couverture santé de ses élèves

L'école d'accueil fournira les conditions nécessaires à la réalisation des défis.



THE CHALLENGES

HOTEL MANAGEMENT

- The challenge will be a real case study faced by hotel management.
- Teams will be organized with random students from each school.
- Teams will participate in a role play/simulation, reproducing a random moment in the customer cycle, from reservations until the check-out.
- Perform check-in and check-out, deal with complaints, respond to special treatment requests or similar situations.



F&B MANAGEMENT

- The challenge will be a real case study faced by F&B management.
- Teams will be organized with random students from each school.
- They will have to create a catering plan for a specific event (details will be given in the moment).
- Then they will have to do a 10 minute presentation, explaining their plan and demonstrating the viability of the budget and creativity of the plan.



Tourism Management

- The challenge will be a real case study faced by Tourism management.
- Teams will be organized with random students from each school.
- They will do a presentation depicting the most relevant aspects of the city of Évora.



MARKETING MANAGEMENT

- The challenge will be a real case study faced by Hospitality Marketing Management.
- Teams will be organized with random students from each school.
- They will come up with a new product that could promote the city of Évora, and produce a communication plan to a specific segment.
- Then they will have to present their ideas.



INNOVATION & ENTREPRENEURSHIP

- The challenge is to develop an innovative plan in accordance with prerequisites.
- Teams will be organized with random students from each school.
- They will be given a specific product, service or entity and will have to develop a new way to make it better.
- Each teammate has to create its own idea and then, as a team, they will use them to develop a new (and final) plan.
- They will have to do a 10 minute pitch to convince the "investor" (the jury of the challenge).



LES DÉFIS

MANAGEMENT HÔTELIER

- Le défi vise une étude de cas réelle rencontrée par la direction de l'hôtel.
- Des équipes seront organisées avec des étudiants choisis au hasard dans chaque école.
- Les équipes participeront à un jeu de rôle/simulation, reproduisant un moment aléatoire du cycle client, de la réservation au Check-out.
- Effectuer check-in et check-out, traitement des plaintes, réponse aux demandes de traitement spécial ou situations similaires.



MANAGEMENT F&B

- Le défi vise une étude de cas réelle à laquelle est confrontée la direction F&B.
- Des équipes seront organisées avec des étudiants choisis au hasard dans chaque école.
- Ils devront créer un plan de restauration pour un événement spécifique (les détails seront donnés dans le moment).
- Ensuite, ils devront faire une présentation de 10 minutes, expliquant leur plan et démontrant la viabilité du budget et la créativité du plan.



MANAGEMENT TOURISTIQUE

- Le défi vise une étude de cas réelle rencontrée par la gestion du tourisme.
- Des équipes seront organisées avec des étudiants choisis au hasard dans chaque école.
- Ils feront une présentation illustrant les aspects les plus pertinents de la ville d'Évora.



MANAGEMENT MARKETING

- Le défi vise une étude de cas réelle à laquelle est confrontée la gestion du marketing hôtelier.
- Des équipes seront organisées avec des étudiants choisis au hasard dans chaque école.
- Ils proposeront un nouveau produit qui pourrait promouvoir la ville d'Évora et élaboreront un plan de communication auprès d'un segment spécifique.
- Ensuite, ils devront présenter leurs idées.



INNOVATION & ENTREPRENEURSHIP

- Le défi vise à développer une entreprise innovante dans le respect des prérequis
- Des équipes seront organisées avec des étudiants choisis au hasard dans chaque école
- Ils feront un pitch avec leurs idées d'affaires aux membres du jury, suivi d'une présentation démontrant la viabilité du projet.





MEET THE SPEAKERS RENCONTREZ LES CONFÉRENCIERS



Alexandra Outeiro
People Specialist at ABC Sustainable Luxury



Ana Paula Pais
President of European Association of Hotel and Tourism Schools (AEHT)



António Maçanita
Winemaker at Fita Preta Wines



Bernardo Trindade
President of the Portuguese Hotel Association (AHP)



Carlos Fernandes
Professor at Polytechnique Institut of Viana do Castelo



Frederico Costa
CEO Pestana Pousadas Group



Gonçalo Rebelo de Almeida
CEO Vila Galé Hotels



Guilhame Garcia
Former EURHODIP Coordinator



Henrique Tiago de Castro
General Manager at Evolution Estoril – Sana Hotels



Linda Pereira
CEO of the L&L Communications Group



Luís Ahrens Teixeira
Founder Herdade da Cortesia Hotel



Mafalda Corte-Real
Marketing Manager JNcQuoi



Marta Sotto-Mayor
Best Professional Trainer Career 2021



Paulo Revés
EURHODIP President



Peter Giacomini
Consultor & General Manager



Pinto de Sá
Mayor of the city Évora



Rita Soares
Owner Herdade da Malhadinha Nova



Roberto Antunes
Executive Director NEST (Network Evolution for Sustainable Tourism)



Sheree M. Mitchell
President & Founder of Immersa Global



Telmo Faria
Owner Rio do Prado Hotel



Updated information
at eurhodip2022.com

WEDNESDAY 9th November

- 16:00 - 19:00 Check In at Hotels & Registration
 16:00 Departure from Lisbon (*Coach transfer*)
 19:00 - 20:30 **Welcome Dinner** | Convento do Espinheiro Hotel
 21:00 - 23:00 **Opening Ceremony** | Garcia de Resende Theater
 23:00 Return to the Hotels

THURSDAY 10th November

- | | |
|---|---|
| 09:00 - 12:30 Students Competition
12:30 - 13:30 Students Lunch
14:00 - 16:00 Students Competition (cont.)
16:00 - 19:00 Free time
19:00 - 21:00 Dinner | 09:00 - 10:30 Executive Board Meeting Library Room
11:00 - 12:30 Board of Directors Meeting Frei Carlos Room
12:30 - 13:30 Board of Directors Lunch Olive Restaurant
14:00 - 16:00 General Assembly S. Jeronimo Room
16:00 - 19:00 Free time
19:00 - 21:00 Dinner Vila Galé Hotel |
|---|---|

FRIDAY 11th November

- 09:00 - 16:45 ANNUAL CONFERENCE NOW. TIME TO BE OUTSTANDING!**
 18:00 Departure from the Hotels to Portuguese evening

SATURDAY 12th November

- 09:00 Departure to Social Activities
 10:00 Cultural Visits
 13:00 Lunch
 15:00 Return to Hotels
 16:30 - 19:00 Free time
 19:30 - 23:00 **Gala Dinner & Awards Ceremony** | Convento do Espinheiro Hotel – D. Vasco Room

SUNDAY 13th November

- 07:30 - 10:30 Breakfast | Check Out & Departure

ANNUAL CONFERENCE NOW. TIME TO BE OUTSTANDING!

FRIDAY 11th November

- 09:00 - 09:30 Welcome & Registration | Convento do Espinheiro Hotel – D. Vasco Room

Plenary session
Opening Panel

- Pinto de Sá *Mayor of the city Évora*
 Paulo Revés *EURHODIP President*
 Luis de Lezama *Honorary President*

Round Table 1 HOW TO BE OUTSTANDING TODAY?

- | | |
|--|--|
| Moderator Guilhaume Garcia
Bernardo Trindade
Linda Pereira
Carlos Fernandes | <i>Former EURHODIP Coordinator</i>
<i>President of the Portuguese Hotel Association (AHP)</i>
<i>CEO of the L&I Communications Group</i>
<i>Professor at Polytechnique Institut of Viana do Castelo</i> |
|--|--|
- 11:00 - 11:15 *Special guest speaker*
 Ana Paula Pais *President of European Association of Hotel and Tourism Schools (AEHT)*

11:15 - 11:30 Coffee break

Round Table 2 HOW TO RETAIN TALENT?

- | | |
|---|---|
| Moderator Marta Sotto-Mayor
Henrique Tiago de Castro
Frederico Costa
Gonçalo Rebelo de Almeida | <i>Best Professional Trainer Career 2021</i>
<i>General Manager at Evolution Estoril – Sana Hotels</i>
<i>CEO Pestana Pousadas Group</i>
<i>CEO Vila Galé Hotels</i> |
|---|---|

12:30 Closing Morning Plenary – Lunch | Lagar Room

Round Table 3 QUALITY AS A SOLUTION

- | | |
|---|--|
| Moderator Alexandra Outeiro
Mafalda Côrte-Real
António Maçanita
Sheree M. Mitchell | <i>People Specialist at ABC Sustainable Luxury</i>
<i>Marketing Manager JNcQuoi</i>
<i>Winemaker at Fita Preta Wines</i>
<i>President & Founder of Immersa Global</i> |
|---|--|

 15:00 - 15:15 *Special Guest Speaker*

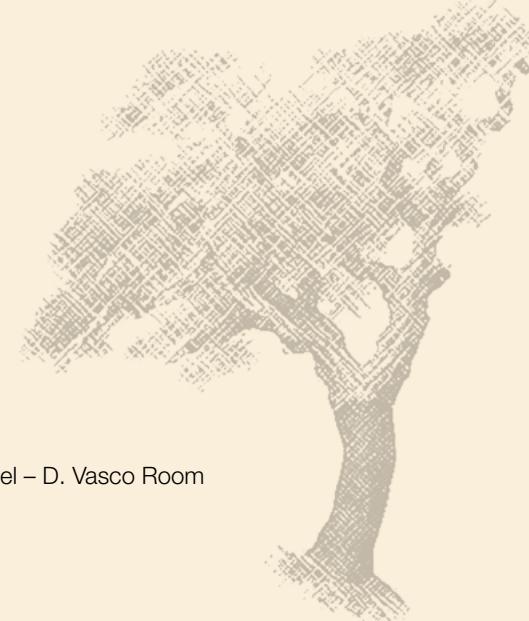
- Peter Giacomini *Consultor & General Manager*

15:15 - 15:30 Coffee break

Round Table 4 SUSTAINABILITY AS DNA

- | | |
|---|--|
| Moderator Roberto Antunes
Telmo Faria
Rita Soares
Luís Ahrens Teixeira | <i>Executive Director NEST (Tourism Innovation Center)</i>
<i>Owner Rio do Prado Hotel</i>
<i>Owner Herdade da Malhadinha Nova</i>
<i>Founder Herdade da Cortesia Hotel</i> |
|---|--|

16:30 - 16:45 Closing Panel




MERCREDI 9 novembre

- 16:00 - 19:00 Enregistrement dans les hôtels
 16:00 Départ de Lisbonne (*Transfer en autobus*)
 19:00 - 20:30 **Dîner de Bienvenue** | Hôtel Convento do Espinheiro
 21:00 - 23:00 **Cérémonie d'Ouverture** | Théâtre Garcia de Resende
 23:00 Retour aux hôtels



Informations mises à jour
sur eurhodip2022.com

JEUDI 10 novembre

- | | |
|---|---|
| Hôtel Vila Galé
09:00 - 12:30 Compétitions des étudiants
12:30 - 13:30 Déjeuner des étudiants
14:00 - 16:00 Compétitions des étudiants (cont.)
16:00 - 19:00 Temps libre
19:00 - 21:00 Dîner | Hôtel Convento do Espinheiro
09:00 - 10:30 Réunion du Bureau Exécutive Library Room
11:00 - 12:30 Réunion du Bureau Frei Carlos Room
12:30 - 13:30 Déjeuner du Bureau Olive Restaurant
14:00 - 16:00 Assemblée Générale S. Jeronimo Room
16:00 - 19:00 Temps libre
19:00 - 21:00 Dîner Hôtel Vila Galé |
|---|---|

VENDREDI 11 novembre

- 09:00 - 16:45 CONFERENCE ANNUELLE MAINTENANT. IL EST TEMPS D'ÊTRE EXCEPTIONNEL!**
 18:00 Départ des hotels vers soirée Portugaise

SAMEDI 12 novembre

- 09:00 Départ pour des activités sociales
 10:00 Visite culturelle
 13:00 Déjeuner
 15:00 Retour aux hôtels
 16:30 - 19:00 Temps Libre
 19:30 - 23:00 **Dîner de Gala & Remise des Prix** | Hôtel Convento do Espinheiro – D. Vasco Room

DIMANCHE 13 novembre

- 07:30 - 10:30 Petit-déjeuner | Check Out et départ

CONFERENCE ANNUELLE MAINTENANT. IL EST TEMPS D'ÊTRE EXCEPTIONNEL!

VENDREDI 11 novembre

- 09:00 - 09:30 Enregistrement | Hôtel Convento do Espinheiro – D. Vasco Room

Séance plénière
Panel d'ouverture

- Pinto de Sá *Maire d'Évora*
 Paulo Revés *Présidente de l'EURHODIP*
 Luis de Lezama *Président d'honneur*

10:00 - 11:00 Table ronde 1 COMMENT ÊTRE EXCEPTIONNEL AUJOURD'HUI?

- | | |
|---|---|
| Modérateur Guilhaume Garcia
Bernardo Trindade
Linda Pereira
Carlos Fernandes | <i>Ancien coordinateur EURHODIP</i>
<i>Président de l'Association Hôtelière Portugaise (AHP)</i>
<i>CEO of the L&I Communications Group</i>
<i>Professeur à l'Institut Polytechnique de Viana do Castelo</i> |
|---|---|

11:00 - 11:15 Conférencier invité spécial

- Ana Paula Pais *Présidente de l'Assoc. Européenne des Écoles d'Hôtellerie et du Tourisme (AEHT)*

11:15 - 11:30 Pause Café
11:30 - 12:30 Table ronde 2 COMMENT RETENIR LES TALENTS?

- | | |
|---|--|
| Modératrice Marta Sotto-Mayor
Henrique Tiago de Castro
Frederico Costa
Gonçalo Rebelo de Almeida | <i>Meilleure carrière de formateur professionnel 2021</i>
<i>General Manager at Evolution Estoril – Sana Hotels</i>
<i>CEO Pestana Pousadas Group</i>
<i>CEO Vila Galé Hotels</i> |
|---|--|

12:30 Clôture Plénière du Matin – Déjeuner | Lagar Room
14:00 - 15:00 Table ronde 3 LA QUALITÉ COMME SOLUTION

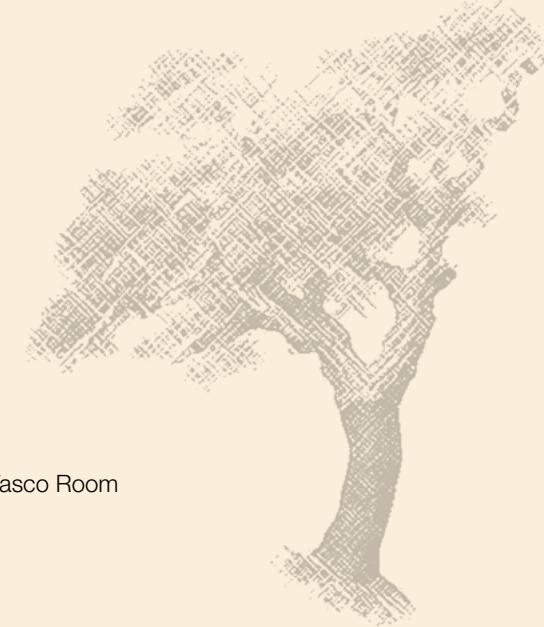
- | | |
|---|--|
| Modératrice Alexandra Outeiro
Mafalda Corte-Real
António Maçanita
Sheree M. Mitchell | <i>People Specialist at ABC Sustainable Luxury</i>
<i>Marketing Manager JNcQuoi</i>
<i>Winemaker at Fita Preta Wines</i>
<i>President & Founder of Immersa Global</i> |
|---|--|

15:00 - 15:15 Conférencier invité spécial

- Peter Giacomini *Consultor & General Manager*

15:00 - 15:30 Pause Café
15:30 - 16:30 Table ronde 4 LA DURABILITÉ COMME ADN

- | | |
|--|--|
| Moderateur Roberto Antunes
Telmo Faria
Rita Soares
Luís Ahrens Teixeira | <i>Executive Director NEST (Tourism Innovation Center)</i>
<i>Owner Rio do Prado Hotel</i>
<i>Owner Herdade da Malhadinha Nova</i>
<i>Founder Herdade da Cortesia Hotel</i> |
|--|--|

16:30 - 16:45 Panneau de Clôture


THE ORGANIZER TEAM
L'ÉQUIPE ORGANISATRICE



WHO WE ARE?



Paulo Baptista



Ana Pedro



Vera Margarida Cunha



Mariana Pereira



Paulo Madeira



Ana Grosso



Mário Soares

STUDENT COMPETITIONS
CONCOURS ÉTUDIANT



Bruno Rodrigues



Marta Sotto-Mayor



Dora Caetano



Ricardo Dias

QUI NOUS SOMMES?

EURHODIP CONFERENCES TOPICS 2008-2022

2008 NOVEMBER
CASABLANCA
MOROCCO

Hospitality and Tourism in the
Union of the Mediterranean
*L'hôtellerie et le Tourisme
dans l'Union Méditerranéenne*



2009 NOVEMBER
BOLOGNA
ITALY

Catering in Europe: authenticity and quality
– solutions for global challenges
*La restauration en Europe: authenticité et qualité
– des solutions aux défis mondiaux*

2010 JULY
ZARAGOZA
SPAIN

City marketing
Marketing urbain



2011 JULY
PARIS
FRANCE

Exploring the world of luxury
Le luxe dans tous ses états

2012 JULY
MARTIGNY
SWITZERLAND

Switzerland, the heart of hotel
management training.
What to expect in the future?
*La Suisse, berceau de l'ensei-
gnement hôtelier. Quel avenir?*



2013 JULY
MARIBOR
SLOVENIA



2014 JULY
VILNIUS
LITHUANIA

Back to the roots
Retour aux sources



2015 JULY
TEL AVIV
ISRAEL

Tourism in the Mediterranean
and education – challenges
& perspectives
*Tourisme en méditerranée et
formation – enjeux & perspectives*

2016 OCTOBER
YEREVAN
ARMENIA

Tourism education: on the road
to new destinations
*Enseignement du tourisme:
vers de nouvelles destinations*

2017 OCTOBER
SEVILLE
SPAIN

Tourism and historical heritage;
New models of business
for the 21st century
*Tourisme et héritage historique;
Nouveaux modèles d'affaires
au 21ème siècle*

2018 NOVEMBER
PULA / POREC
CROATIA

Responsible education
for responsible tourism
*Une éducation responsable
pour un tourisme responsable*

2019 NOVEMBER
ISTANBUL
TURKEY

Let's build bridges together
*Construisons des ponts
ensemble*

2020 NOVEMBER (online)
LEEUWARDEN
THE NETHERLANDS

Game changers: be part of it!
*Les changeurs de donne:
faites-en partie!*

2021 NOVEMBER
LEEUWARDEN
THE NETHERLANDS

Now. Time to be outstanding!
*Manitenant. Il est temps
d'être exceptionnel!*



SUSTAINABLE TOURISM & HOSPITALITY DEVELOPMENT IN THE 21ST CENTURY



30TH EURHODIP
CONFERENCE
NORTH CYPRUS
FAMAGUSTA



Eastern
Mediterranean
University



7-11
NOVEMBER
2023