

magazine

eurhodip

SPRING | SUMMER 2022

www.eurhodip.com

NEWS FROM MEMBERS

FOCUS

29TH CONFERENCE
IN ÉVORA – ALENTEJO



THE LEADING HOTEL SCHOOLS IN EUROPE

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 millennium

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



T Dear EURHODIP friends
Dear readers

HIS NEW ISSUE of EURHODIP Magazine comes just six months after I was elected President at the last conference held in 2021 in Leeuwarden. It is therefore with great pleasure that I write these lines to you.

As you may have noticed, we dared to change the graphic look of the cover and the organization of the magazine's interior space to make it more attractive and easier to read. For those who have it in paper format, you will also have noticed that we have changed the quality of the paper and the binding. In addition to this, we also set out to produce, edit and distribute two issues annually. This one distributed in May in parallel with the Board of Directors, and the second to be distributed at the Annual Conference in November. So, we have a Spring/Summer edition and an Autumn/Winter edition. With this, we intend to reach more readers, more professors, and more students, gaining notoriety and power of attraction with companies that want to collaborate with us.

The change born in the last conference did not stop there. With the voluntary departure of our Coordinator Guillaume Garcia, to whom I express my public gratitude for the excellent work carried out in favour of the organization and development of the association in recent years, we had to look for someone with the same dynamism and motivation, the new Coordinator Paulo Baptista has become aware of all matters and has given a very positive response, allowing us to anticipate that we can improve in the coming times.

C Chers amis EURHODIP
Chers lecteurs

LE NOUVEAU numéro d'EURHODIP Magazine arrive six mois seulement après mon élection à la présidence lors de la dernière conférence tenue en 2021 à Leeuwarden. C'est donc avec grand plaisir que je vous écris ces lignes.

Comme vous l'avez peut-être remarqué, nous avons osé changer l'aspect graphique de la couverture et l'organisation de l'espace intérieur du magazine afin de le rendre plus attrayant et plus facile à lire. Pour ceux qui l'ont en format papier, vous aurez également remarqué que nous avons changé la qualité du papier et de la reliure. Et en plus de cela, nous avons également décidé de produire, d'éditer et de distribuer deux numéros par an. Le premier distribué en mai parallèlement au Conseil d'administration, et le second lors de la Conférence annuelle en novembre. Nous avons donc une édition printemps/été et une édition automne/hiver. Nous avons l'intention d'atteindre plus de lecteurs, plus de professeurs et plus d'étudiants, en gagnant en notoriété et en pouvoir d'attraction auprès des entreprises qui souhaitent collaborer avec nous.

Le changement né lors de la dernière conférence ne s'est pas arrêté là. Avec le départ volontaire de notre Coordinateur Guillaume Garcia, à qui j'exprime publiquement ma gratitude pour l'excellent travail réalisé en faveur de l'organisation et du développement de l'association ces dernières années, nous nous devons de chercher quelqu'un avec le même dynamisme et la même motivation. Le nouveau Coordinateur Paulo Baptista a pris conscience de toutes les questions et

We also present in this issue the program of what will be the 29th Conference to be held in Évora-Portugal, between the 9th and 13th of November, with the theme **“Now. Time to be Outstanding!”** and I invite you to participate in five new competitions specially oriented to the students of our network. We sincerely hope that our proposals please you enough so that we can all meet again soon.

At the level of normal activity, we have received several requests for membership, and even many requests of interest to whom we have sought to respond, we understand it as proof of the dynamics and vitality of the Association.

But times are not easy, after the COVID-19 pandemic wave that blocked us all and from which we were slowly recovering, war comes to Europe again with all its tragedy and uncertainty. If there was a lot of uncertainty with the pandemic about how the Hospitality and Restaurant companies would survive with their predictable closure for months. Now, to the expected scarcity of products and the increase in their prices, there is also the lack of human resources and bring back all the unpredictability to the sector.

Many companies have sought to adapt and innovate in their business models. Collaborations with business partners can bring new resources, knowledge, and opportunities.

Times are incredibly challenging, but they can also be important from a learning perspective, and this requires developing entrepreneurial thinking and experimenting with ideas until you find one that can be **“outstanding”**.

Thank you for reading us. You can also write to us and send us your articles or news from your schools.

If you are not yet part of EURHODIP, it is time to sign up and share this magnificent network of contacts.



Paulo Revés

President | *Président*

a donné une réponse très positive, nous permettant d'anticiper que nous pouvons nous améliorer dans les temps à venir.

*Nous présentons également dans ce numéro le programme de ce qui sera la 29e Conférence qui se tiendra à Évora-Portugal, entre le 9 et le 13 novembre, sur le thème **“Maintenant. Il est temps d'être exceptionnel!”** et je vous invite à participer à cinq nouveaux concours spécialement destinés aux étudiants de notre réseau. Nous espérons sincèrement que nos propositions vous plairont suffisamment pour que nous puissions tous nous retrouver bientôt.*

Au niveau de l'activité normale, nous avons reçu plusieurs demandes d'adhésion, et même de nombreuses demandes d'intérêt auxquelles nous avons cherché à répondre, considérant cela comme une preuve de la dynamique et de la vitalité de l'Association.

Mais les temps ne sont pas faciles, après la vague pandémique de COVID-19 qui nous a tous bloqués et dont nous nous remettons lentement, la guerre revient en Europe avec toute sa tragédie et son incertitude. Et s'il y avait beaucoup d'incertitude avec la pandémie sur la façon dont les entreprises d'hôtellerie et de restauration survivraient avec leur fermeture prévisible pendant des mois. Or, à la rareté attendue des produits et à l'augmentation de leurs prix, s'ajoutent le manque de ressources humaines et ramènent toute l'imprévisibilité du secteur.

Un grand nombre d'entreprises ont cherché à s'adapter et à innover dans leurs modèles économiques. Les collaborations avec des partenaires commerciaux peuvent apporter de nouvelles ressources, connaissances et opportunités.

*Les temps sont incroyablement difficiles, mais ils peuvent aussi être importants du point de vue de l'apprentissage, ce qui nécessite de développer une pensée entrepreneuriale et d'expérimenter des idées jusqu'à ce que vous en trouviez une qui puisse être **“exceptionnelle”**.*

Merci de nous lire. Vous pouvez également nous écrire et nous envoyer vos articles ou des nouvelles de vos écoles.

Et si vous ne faites pas encore partie d'EURHODIP, c'est le moment de nos rejoindre et partager ce magnifique réseau de contacts.



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
Escolare 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
Cristiane Botelho
(English and French Teacher)
Turismo de Portugal, I.P.
Escola de Coimbra
Lina Serra (English Teacher)
Turismo de Portugal, I.P.
Escola de Portalegre
Maria Elisabete Silva
(French Teacher)
Turismo de Portugal, I.P.
Escola de V. Real de Santo António
Rita Medeiros (French Teacher)
Turismo de Portugal, I.P.
Escola de de Coimbra

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

Design and printing
Conception et impression
Nastintas | Design & Comunicação

Edition | Édition
2022 April Avril

Printing | Tirage
1500 units unités

Image credits | Crédits photos
Cover:
John Copland/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.

MEET THE STAFF

EXECUTIVE BOARD
BOARD OF DIRECTORS

NEW CANDIDATE MEMBERS

EURHODIP 2022 STUDENT COMPETITIONS

NEWS FROM OUR MEMBERS

THE NEW ANDALUSIAN KITCHEN

Luis de Lezama Barañano

THE 10 COMMARTAMENTS

ATTRACTING AND RETAINING TALENT FOR THE FOOD SERVICE AND HOTEL INDUSTRY – THE CENTRAL ROLE OF HOTEL SCHOOLS

Georges El Hajal

NOTHING SOFT ABOUT POWER SKILLS

PORTO – 25 YEARS AS UNESCO WORLD HERITAGE

Tiago Andrade

APPROACHES TO A HIGHER QUALITY IN VOCATIONAL EDUCATION

HOSPITALITY... WHAT THIS WORD REALLY MEANS?

Peter Giacomini

EURHOQUAL – QUALITY LABEL BY EURHODIP

OPINION ARTICLE

THE FUTURE HAS ARRIVED: HYPER PERSONALIZATION

EURHODIP NEWS

CONFERENCE 2022 IN ÉVORA – ALENTEJO

NOW. TIME TO BE OUTSTANDING!

04 L'EQUIPE

LE BUREAU
CONSEIL D'ADMINISTRATION

06 CANDIDATS À NOUVEAU MEMBRE

08 EURHODIP 2022 CONCOURS ÉTUDIANT

11 DES NOUVELLES DE NOS MEMBRES

11 LA NOUVELLE CUISINE ANDALUSÍ

15 LES 10 COMMANDEMARTAMENTS

Marta Sotto-Mayor

18 ATTIRER ET RETENIR LES TALENTS POUR LA RESTAURATION ET L'HÔTELLERIE – LE RÔLE CENTRAL DES ÉCOLES HÔTELIÈRES

21 RIEN DE DOUX DANS LES POWER SKILLS

Daniela Diaz Rodriguez

25 PORTO – 25 ANS DE PATRIMOINE MONDIAL DE L'UNESCO

29 APPROCHES POUR UNE MEILLEURE QUALITÉ DANS L'ENSEIGNEMENT PROFESSIONNEL

Tanja Angleitner Sagadin

31 HOSPITALITÉ... QU'EST-CE QUE CE MOT SIGNIFIE VRAIMENT?

34 EURHOQUAL – LABEL QUALITÉ PAR EURHODIP

36 ARTICLE D'AVIS

LE FUTUR EST ARRIVÉ: HYPER-PERSONNALISATION

38 EURHODIP ACTUALITÉS

44 CONFÉRENCE 2022 À ÉVORA – ALENTEJO

MAINTENANT. IL EST TEMPS D'ÊTRE EXCEPTIONNEL!

EXECUTIVE BOARD LE BUREAU*



PAULO REVÉS

PRESIDENT
Turismo de Portugal, I.P.
Portugal



HENRI MAGNE

1ST VICE PRESIDENT
Group Vatel
Switzerland



NAFIYA GUDEN

VICE PRESIDENT
Final International
University
Cyprus



MARCO TEN HOOR

VICE PRESIDENT
Hotel Management
School NHL Stenden
The Netherlands



MANUEL SERRA

TREASURER
Turismo de Portugal, I.P.
Portugal



IÑAKI ECHEVESTE

GENERAL SECRETARY
Escuela Superior
de Hostelería de Sevilla
Spain



ANA MOREIRA

ASSISTANT GENERAL
SECRETARY
Turismo de Portugal, I.P.
Portugal



BENJAMIN GARCIA

EXPERT PERMANENT
Groupe Vatel
France



PAULO BAPTISTA

EURHODIP Coordinator
Turismo de Portugal, I.P.
Portugal

* Since November 2021 | Depuis Novembre 2021

BOARD OF DIRECTORS CONSEIL D'ADMINISTRATION*



ALAIN SEBBAN

HONORARY PRESIDENT
Groupe Vatel
France



**LUIS DE LEZAMA
BARAÑANO**

HONORARY PRESIDENT
Grupo Lezama
Spain



**CEES VAN
DER KLIP**

HONORARY PRESIDENT
The Netherlands



**ALESSANDRA
FERRARI**

IAL Serramazoni
Italy



ZELJKO TREZNER

University College Aspira
Croatia



TANJA ANGLEITNER

VSGT Maribor
Slovenia



ALI DOGAN CAMAK

Vatel Istanbul
Turkey



**MARTIN
DANNENMANN**

Hotelfachschule
Heidelberg
Germany



BEN SHARP

Adelaide Institute
of Hospitality
Australia



MAJED AL HOKAIR

Higher Institute for
Tourism & Hospitality
Saudi Arabia



**PEDRO JOSÉ
OLIVER FUENTES**

Grupo Lezama, Sevilla
Spain



SHYAM PATIAR

SP International
Hospitality Consulting Ltd
United Kingdom



**THEODORE
BENETATOS**

Metropolitan College
Athens
Greece



TROFIMOV EVGENY

Russian International
Academy for Tourism
Russia



AHMAD SHAFIK

COTHM
Pakistan



ALPHA SAMB

CPFPHR
Senegal

NEW CANDIDATE MEMBERS

CANDIDATS À NOUVEAU MEMBRE

In 2022, the Board of Directors of Eurhodip studied several applications for membership.

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 2022 le Conseil d'Administration d'Eurhodip a étudié différentes candidatures.

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



Aura International School of Management Lyon (Aura Lyon) is a fast-emerging private school offering world-class Management Programs.

Built on marketing and management techniques the syllabus is drawn from varied business segments and successful start-ups. The courses are modelled on current-day management disciplines and novel approaches.

Apart from local students, Aura Lyon welcomes students from across the globe.

Aura International School of Management Lyon (Aura Lyon) est une école privée en pleine croissance offrant des programmes de gestion de classe mondiale.

Construit sur des techniques de marketing et de gestion, le programme est issu de divers segments d'activité et de start-ups prospères. Les cours sont calqués sur les disciplines de gestion actuelles et de nouvelles approches.

En plus des étudiants locaux, Aura Lyon accueille des étudiants du monde entier.

France

www.aura-lyon.com



More than a School, **EPRAL** is committed to young people and the Alentejo region where it is located, in a project oriented towards progress, innovation and entrepreneurship.

EPRAL is also committed to the education and professional training of young people, as well as to the process of sustainable and innovative development.

It is an affection-oriented School; The School's educational project is based on a logic of proximity and complicity with each of the students and their families.

However, does not forget the close cooperation with companies and institutions in the region, promoting professional qualification adjusted to the needs of the region and valuing the practices in the context of real work/internships.

*Plus qu'une école, **EPRAL – École Professionnelle de la Région de l'Alentejo** parie sur les jeunes, et sur la région de l'Alentejo où elle opère, dans un projet orienté vers le progrès, l'innovation et l'entrepreneuriat.*

L'EPRAL s'engage dans l'éducation et la formation professionnelle des jeunes, ainsi que dans la démarche de développement durable et innovant.

C'est une Ecole affective; Le projet pédagogique de l'Ecole repose sur une logique de proximité et de complicité avec chacun des élèves et leurs familles.

Cependant, il n'oublie pas la coopération étroite avec les entreprises et les institutions de la région, la promotion d'une qualification professionnelle adaptée aux besoins de la région et la valorisation des pratiques dans le cadre de vrai travail/stages.

Portugal

www.epral.pt



Salford College is an innovative educational institution with diverse range of courses from Cookery in Hospitality to front of house, business and management offered to students.

With more than 2000 students graduated from over the last 8 years at Salford College, the emphasis is on linking theory with practice to ensure students receive not only an academic education but practical life experiences educating a diverse student body to become responsible global citizens and future leaders through a challenging learning environment.

The Salford College boast a comprehensive range of student support services and facilities to assist students in all aspects of learning, living and employment in Australia.

*Le **Salford College** est un établissement d'enseignement innovant proposant une variété de cours allant de la cuisine à l'hôtellerie à la réception, aux affaires et à la gestion offerts aux étudiants.*

Avec plus de 2 000 étudiants diplômés au cours des 8 dernières années, au Salford College, l'accent est mis sur le lien entre la théorie et la pratique pour garantir que les étudiants reçoivent non seulement une formation académique, mais également des expériences de vie pratiques, éduquant un corps étudiant diversifié pour devenir des citoyens du monde responsables et l'avenir. leaders dans un environnement d'apprentissage stimulant.

Le Salford College propose une large gamme de services et d'installations de soutien aux étudiants pour aider les étudiants dans tous les aspects de l'apprentissage, de la vie et de l'emploi en Australie.

Australia

www.salfordcollege.edu.au

The **Hotel and Tourism School of Viana do Castelo**, founded in 2007, is part of the network of 12 schools of Turismo de Portugal. It offers specialized and certified training in Cooking, Pastry and Restaurant and Beverage courses.

The School provides infrastructure dedicated to the training of students that allow the acquisition and application of technical and practical knowledge in a real work context.

Throughout their journey, students have the opportunity to participate in numerous projects and events, at school and in the community.

Training human beings prepared not only in technical matters, but also in human skills, is the daily challenge of the group of professionals who make up the Hotel and Tourism School of Viana do Castelo!

L'École d'Hôtellerie et de Tourisme de Viana do Castelo, fondée en 2007, fait partie du réseau de 12 écoles de Turismo de Portugal. Propose des formations spécialisées et certifiées en cours de Cuisine, Pâtisserie et Restauration et Boissons.

L'École met à disposition des infrastructures dédiées à la formation des étudiants qui permettent l'acquisition et l'application de connaissances techniques et pratiques dans un contexte de travail réel.

Tout au long de leur parcours, les élèves ont la possibilité de participer à de nombreux projets et événements, à l'école et dans la communauté.

Former des êtres humains préparés non seulement en matière technique, mais aussi en compétences humaines est le défi quotidien du groupe de professionnels qui composent L'École d'Hôtellerie et de Tourisme de Viana do Castelo!

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

TURISMO DE PORTUGAL
escola de
Viana do Castelo



The **Hotel and Tourism School of Oeste** is located in Caldas da Rainha and Óbidos, in the heart of the Western Region of Portugal, having been classified as a priority for the diversification and creativity of the sector.

More and better tourism involves more and better education and training, with work methodologies that facilitate the economy, capitalizing on entrepreneurship, with a view to qualifying and valuing human resources.

The success of the Students represents the success of the School. Thus, the Hotel and Tourism School of Oeste assumes itself as an institution focused on needs, it remains present, with a view to its growth and development, success and well-being, and also the school performance index, best practices in the labour market.

L'École d'Hôtellerie et de Tourisme d'Oeste est située à Caldas da Rainha et Óbidos, au cœur de la région occidentale du Portugal, classée prioritaire pour la diversification et la créativité du secteur.

Un tourisme plus nombreux et de meilleure qualité implique une éducation et une formation plus nombreuses et de meilleure qualité, avec des méthodologies de travail qui facilitent l'économie, en capitalisant sur l'esprit d'entreprise, en vue de qualifier et de valoriser les ressources humaines.

Le succès des étudiants représente le succès de l'école. Ainsi, l'École d'Hôtellerie et de Tourisme d'Oeste s'assume comme une institution centrée sur les besoins, elle reste présente, en vue de sa croissance et de son développement, de sa réussite et de son bien-être, ainsi que de l'indice de performance scolaire, des meilleures pratiques dans le marché de l'emploi.

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

TURISMO DE PORTUGAL
escola do
Oeste



With courses in the areas of initial training and continuous training, the **Hotel and Tourism School of Setúbal** follows the evolution of the sector, guaranteeing a training of excellence.

Located in the former Quartel do 11 – one of the historic buildings in the city of Setúbal – the School contributes to meeting the current needs of qualification of the tourist sector, especially in the region of the Setúbal Peninsula. As such, its offer focuses on the areas of cuisine/pastry, restaurant and beverage, hotel management and outdoor tourism, through Dual Certification courses and Technological Specialization courses.

Whether through the organization or hosting of events, the school maintains a close relationship with the main stakeholders of the surrounding region, whether in business contexts, and linked to the hotel and tourism sector, or in contexts related to environmental and social responsibility.

Avec des cours dans les domaines de la formation initiale et de la formation continue, l'École d'Hôtellerie et de Tourisme de Setúbal suit l'évolution du secteur, garantissant une formation d'excellence.

Située dans l'ancien Quartel do 11 – l'un des bâtiments historiques de la ville de Setúbal – l'école contribue à répondre aux besoins actuels de qualification du secteur touristique, en particulier dans la région de la péninsule de Setúbal. A ce titre, son offre se concentre sur les domaines de la gastronomie/pâtisserie, de la restauration et des boissons, de l'hôtellerie et du tourisme de plein air, à travers des parcours de Double Certification et de Spécialisation Technologique.

Que ce soit par l'organisation ou la tenue d'événements, l'école entretient une relation étroite avec les principaux acteurs de la région environnante, que ce soit dans des contextes d'affaires, et liés au secteur de l'hôtellerie et du tourisme, ou dans des contextes liés à la responsabilité environnementale et sociale.

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

TURISMO DE PORTUGAL
escola de
Setúbal



EURHODIP 2022

STUDENT COMPETITIONS

CONCOURS ÉTUDIANT



EURHODIP

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



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.

RESPONSABILITÉ

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 courent 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.



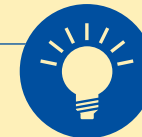
MARKETING MANAGEMENT

- 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 challenge 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.



EURHODIP

CONCOURS
EURHODIP DE
L'ENSEIGNANT
CREATIF

The aim of this competition is to acknowledge the creative teaching carried out by Eurhodip member school's teachers, instructors, and lecturers.

Since the Covid-19 virus breakout and lockdown, Eurhodip school members have been very creative in developing curriculums and changing the way they are teaching the practical and theoretical skills and knowledge in the subject of tourism and hospitality. Many schools had developed online teaching material and systems; however, Eurhodip school are extraordinary in that their teachers continue to be very creative in teaching and learning with their student's. As a result of this we have decided to keep this competition going. We would like to invite school directors to enter their teachers in this competition.

COMPETITION RULES:

- Teacher must be teaching on Tourism, Hospitality or Culinary related themes.
- The teacher must be from a Eurhodip member school.
- The Contest is based on the teacher's curriculum during September 2021 – to date.

CRITERIA FOR CONTENTS OF THE COMPETITION:

- Creative and different to standard teaching style's
- Interesting
- Subject must be related to tourism, hospitality or culinary

L'objectif de ce concours est de récompenser toute innovation dans les méthodes et contenus d'enseignement mises en œuvre par les professeurs, les instructeurs et/ou les conférenciers des écoles membres d'Eurhodip.

Depuis l'éruption du virus Covid-19 et le confinement, les enseignants des écoles Eurhodip ont été très créatifs dans l'élaboration de programmes d'études et dans le changement dans leurs manières d'enseigner les compétences et les connaissances pratiques et théoriques des métiers du tourisme et de l'hôtellerie. De nombreuses écoles avaient déjà mis au point des contenus et des systèmes d'enseignement en ligne, mais il est vite apparu que certains enseignants avaient rapidement fait preuve d'une grande créativité et continuent encore aujourd'hui à être très créatifs pour le plus grand bénéfice de leurs élèves.

Nous invitons donc les directeurs d'école à inscrire leurs enseignants à ce concours.

RÈGLEMENT DU CONCOURS:

- L'enseignant doit enseigner le tourisme, l'hôtellerie ou les thèmes liés à la cuisine.
- L'enseignant doit être issu d'une école membre d'Eurhodip.
- Le concours est basé sur le programme de l'enseignant pendant la période: septembre 2021 à ce jour.

EURHODIP CREATIVE TEACHER COMPETITION

WHO WILL JUDGE THE COMPETITION?

The Executive Board of Eurhodip and HOSCO Representative

DEADLINE:

2022, June 15th

AWARD:

- Conference Fee to Évora, Portugal, for 1st place (Excluding Transfer's)
- Certificate
- Promotion of school in Eurhodip Magazine and website.

HOW TO ENTER:

- School Director or Dean enters the teacher/s by email at bruxelles@eurhodip.com
- Fill in Registration form attached
- Evidence of the creative teaching is provided with the application,
- A payment of 15€ is made per teacher to Eurhodip (or 30€ for 3 teachers' applications from the same member). Invoice will be sent by Eurhodip Coordinator after receipt of the Registration form. *Registration will be valid upon receipt of payment.

CRITÈRES D'ÉVALUATION DU CONCOURS:

- Créatif et différent du style d'enseignement standard
- Intéressant
- Le sujet doit être lié au tourisme, à l'hôtellerie ou à la gastronomie

QUI JUGERA LA COMPÉTITION?

Le Bureau Exécutif d'Eurhodip et un représentant d'HOSCO

DATE LIMITE: 15 juin 2022

PRIX:

- Participation à la conférence EURHODIP à Evora, Portugal, pour la 1ère place (hors transfert)
- Certificat
- Promotion de l'école dans le magazine Eurhodip et le site web.

COMMENT PARTICIPER:

- Le directeur ou le doyen de l'école enregistre le ou les enseignants par courriel à bruxelles@eurhodip.com
- Remplir le formulaire d'inscription ci-joint
- La preuve de l'enseignement créatif est jointe au formulaire d'inscription,
- Un paiement de 15€ est effectué par enseignant à Eurhodip (ou 30€ pour 3 candidatures d'enseignants du e la même école membre). Une facture sera envoyée par le coordinateur Eurhodip après réception du formulaire d'inscription.

THE NEW ANDALUSIAN KITCHEN LA NOUVELLE CUISINE ANDALUSÍ

CELA FAIT DE NOMBREUSES années que je parcours jour après jour les chemins de l'histoire gastronomique dans les villes les plus diverses.

Mon constat est que l'alimentation depuis l'origine de l'homme est marquée par un besoin et donc, par un droit inaliénable de l'être humain: l'être humain a le droit de manger.

Manger est un acte social. Manger seul est très triste et le simple fait de manger est un besoin sensible au désir de socialiser avec vos proches, avec vos pairs. Le plus naturel est de chercher quoi manger et avec qui vous allez manger.

Dans les vicissitudes de l'histoire j'ai découvert comment la transversalité des civilisations et les successions de cultures ont enrichi la variété des produits à manger et les technologies pour les traiter afin de faire évoluer la culture de nos sens. A travers nos sens, les aliments deviennent pour nous des sentiments favorables ou défavorables. On aime ou on n'aime pas. Jusqu'à créer l'harmonie des plaisirs et faire de nos savoir-faire et techniques culinaires une sorte de symphonie intellectuelle capable de surprendre la communauté.

En ces temps de pandémie, j'ai eu l'occasion de parvenir, dans notre habitat ibérique et européen, à des conclusions qui marquent une étape historique dans ce monde contemporain dans lequel nous vivons et dont nous pouvons partager la beauté ensemble. C'est pourquoi j'ose envoyer à mes amis, directeurs et professeurs, étudiants Eurhodip, ces réflexions que nous vivons dans notre pays et dans notre segment de l'École Supérieure d'Hôtellerie de Séville :

La nouvelle cuisine andalusí est un mouvement qui prend en compte la valeur de la gastronomie andalusí qui s'est développée au fil des ans dans une situation géographique qui converge avec le territoire de l'Andalousie.

Du VIII^e au XVIII^e siècle, des produits, des techniques et des saveurs venus d'autres civilisations ont été adoptés, s'ajoutant à la dernière culture culinaire de l'Empire romain établie à Hispalis.

Dans la péninsule ibérique, assiégée par des envahisseurs qui apportent et prennent nos façons de manger et nos aliments, notre culture gastronomique s'enrichit. L'Espagne devient le centre de la gastronomie mondiale.



Luis de Lezama
BARAÑANO

Grupo Lezama



Grupo
LEZAMA

In the Iberian Peninsula, besieged by invaders who bring and take our ways of eating and our food, our gastronomic culture is enriched. Spain becomes the center of world gastronomy.

Later, our young culinary development guided by the modern techniques of the “new cuisine” is derived and enriched by the creativity and establishment of a new Spanish cuisine that takes into account the foundations left by Ruperto de Nola, Francisco Martínez Montañó (17th century), Juan Altamiras (18th century) and Dr. Thebussem (Mariano Pardo de Figueroa) (1828-1918) who saved the popular cuisine of Spain and introduced it to the tables of the nobility.

NEW SPANISH AND FRENCH KITCHEN INSPIRED NEW ANDALUSIAN KITCHEN

The person who in France inspired the new French cuisine is Alain Chapel (1937-1990), who dictated his experience to Paul Bocuse and the young masters of the new French cuisine. In Spain, a group of young Basque chefs is created, led by Luis Irizar and Juan Maria Arzak, among others. They are joined by a Catalan, Lluís Cruaños (1937-2016), from “Eldorado Petit” Sant Feliu de Guixols. They are the ones who explain the new cuisine rooted in northern Spain. In San Sebastián, in 1976, it was the first meeting where Michel Guérard, who from his restaurant in the Eugénie les Bains seaside resort, served as a guiding thread to this phenomenon of transformation of Spanish cuisine into the image of French cuisine.

We have spent nearly fifty years of evolution. Auguste Escoffier (1849-1935) and Ruperto de Nola (16th century) are remembered. Paul Bocuse defines in the prologue of his book “La Cuisine du Marché” the characteristics of modernity in French cuisine and in universal cuisine:

The new cuisine based on this evolution initiated by young French chefs has six main points:

1. The proximity product gains value. It is based on the local market and on a seasonal product. Paul Bocuse recommends buying the products at the nearby market and using them to compose the daily menu. Market kitchen 1976.

2. Proper processing to increase the value of this product. In this processing, the appropriate cooking, processing, use of heat or use of cold measures must be taken, resulting in the taste and texture of the product in the customer's mouth. Texture and flavor gain value, in addition to the smell.

3. Additions to a dish should not be so lavish as to detract from the main product. Therefore, side dishes are indicated accompaniments that should help to highlight the main product of the dish, but not cancel out its personality.

Plus tard, notre jeune développement culinaire guidé par les techniques modernes de la “nouvelle cuisine” est dérivé et enrichi par la créativité et l'établissement d'une nouvelle cuisine espagnole qui tient compte des fondements légués par Ruperto de Nola, Francisco Martínez Montañó (S. XVII), Juan Altamiras (S. XVIII) et le Dr. Thebussem (Mariano Pardo de Figueroa) (1828-1918) qui est celui qui sauve la cuisine populaire de l'Espagne et la présente sur les tables de la noblesse.

LA NOUVELLE CUISINE ESPAGNOLE ET FRANÇAISE INSPIRENT LA NOUVELLE CUISINE ANDALUSÍ

L'inspireur en France de la nouvelle cuisine française est Alain Chapel (1937-1990), qui dicte son expérience à Paul Bocuse et aux jeunes maîtres de la nouvelle cuisine française. En Espagne, le groupe de jeunes chefs basques dirigé par Luis Irizar et Juan Maria Arzak et d'autres est créé. Ils sont rejoints par un Catalan, Lluís Cruaños (1937-2016), de “Eldorado Petit” Sant Feliu de Guixols. Ce sont eux qui expliquent la nouvelle cuisine enracinée dans le nord de l'Espagne. A San Sebastián, en 1976, c'est la première rencontre à laquelle Michel Guérard, depuis son restaurant du balnéaire d'Eugénie les Bains, sert de fil conducteur à ce phénomène de transformation de la cuisine espagnole à l'image de la cuisine française.

Nous avons passé près de cinquante ans d'évolution. Auguste Escoffier (1849-1935) et Ruperto de Nola (S. XVI) sont dans la mémoire. Paul Bocuse définit dans le prologue de son livre “La Cuisine du Marché” les caractéristiques de la modernité dans la cuisine française et dans la cuisine universelle:

La nouvelle cuisine basée sur cette évolution initiée par de jeunes chefs français comporte six points clés:

1. Le produit de proximité gagne en valeur. Il est basé sur le marché local et sur un produit de saison. Paul Bocuse recommande d'acheter les produits sur le marché voisin et de les utiliser pour composer le menu du jour. La cuisine du marché 1976.

2. Le traitement approprié pour mettre en valeur la valeur de ce produit. Dans ce traitement, une bonne mesure doit être prise de la cuisson, de la transformation, de l'utilisation de la chaleur ou de l'utilisation du froid résultant de la saveur et de la texture du produit dans la bouche du client. La texture et la saveur prennent de la valeur, en plus de l'odeur.

3. Les compléments d'un plat ne doivent pas être si exubérants qu'ils nuisent au produit principal. Par conséquent, ils conviennent aux plats d'accompagnement qui doivent aider à mettre en valeur le produit principal du plat, mais pas à annuler sa personnalité.

4. La technologie qui aide et équilibre l'élaboration de chaque produit ne doit pas être invasive, elle doit respecter sa texture, le degré de sa cuisson ou le traitement au feu qui rapporte son odeur et sa saveur sans le consommer.

4. The technology that helps and balances the preparation of each product must not be invasive, must respect its texture, the degree of cooking or the fire treatment that restores its smell and flavor without consuming it.

5. The marriage of food with drinks, wines and spirits must be adapted to the recreation of the palate and therefore make a good food-drink pairing.

6. Evidence of a dish's presentation at the table must reflect the dish's elaboration and history. It is a witness accompaniment and, therefore, its presence gains or subtracts value from the way it is presented.

INTENTIONS

It is an alliance between the Escola Superior de Hosteleria de Seville with all those passionate about this movement to update our gastronomic history.

Its aim is to remake the culture of Andalusian cuisine handed down to the present day.

For this we share the cultural heritage and experience of our school with its 30 years of implantation in Andalusia. Today, this school has over 5,800 alumni worldwide. They are the possible prescribers of our Andalusian culture. Also, in our online system, we have more than 32,000 students and followers of our courses. Aware of this academic responsibility, we present to you this MANIFESTO that marks a new and different era.

On the other hand, there are recognized and prestigious chefs among us, from other schools, groups and self-taught who are masters of Andalusian culture, highlighting their recognition today, for which they represent an example to follow for future generations.

Based on that, we decided:

1. Achieve a public manifesto of what is the new Andalusian cuisine.

2. Work together on experiences that revalue gastronomy from the 8th to the 18th century and its current consequences in the world of Andalusia and Spain.

3. Incorporate in the repertoire the new products that entered Europe through Andalusia after the discovery of the new world, the current gastronomy and modern technological knowledge.

4. Collaborate in the creation of a new gastronomic concept called “A NOVA COZINHA ANDALUZA”. Contribute to this public and worldwide recognition that highlights the quality of our products and the identity of our flavors.

5. Establish, through public and private entities, from the agri-food industry and the catering industry in general, regulations and quality agencies that guarantee the good doing of Andalusian gastronomy in the world with as many protection regulations as necessary.

5. Le mariage des aliments avec des boissons, des vins et des spiritueux doit être adapté à la recreation du goût et donc faire un bon accord boissons-aliments.

6. Le témoignage de la présentation d'un plat sur la table doit refléter l'élaboration et l'histoire du plat. C'est un accompagnement de témoignage et donc sa présence prend ou soustrait de la valeur à la manière de le présenter.

INTENTIONS

Il s'agit d'une alliance de l'Ecole Supérieure d'Hôtellerie de Séville avec tous ceux qui sont passionnés par ce mouvement pour mettre à jour notre histoire gastronomique.

Son objectif est de refaire la culture de la cuisine andalusí transmise jusqu'à nos jours.

Pour cela nous partageons l'héritage culturel et l'expérience de notre école avec ses 30 ans d'implantation en Andalousie. Aujourd'hui, cette école compte plus de 5 800 anciens élèves à travers le monde. Ils sont les possibles prescripteurs de notre culture andalusí. De plus, dans notre système en ligne, nous avons plus de 32 000 étudiants et adeptes de nos cours. Conscients de cette responsabilité académique, nous vous présentons ce MANIFESTE qui marque une ère nouvelle et différente.

D'autre part, il y a parmi nous des chefs reconnus et prestigieux, issus d'autres écoles, groupes et autodidactes qui sont maîtres de la culture andalusí, mettant leur reconnaissance en valeur actuelle, pour laquelle ils représentent un exemple à suivre pour les générations futures.

Sur cette base, nous avons décidé de:

1. Atteindre un manifeste public de ce qu'est la nouvelle cuisine andalusí.

2. Travailler ensemble sur des expériences qui revalorisent la gastronomie du VIIIe au XVIIIe siècle et ses conséquences actuelles dans le monde de l'Andalousie et de l'Espagne.

3. Incorporer au répertoire les nouveaux produits qui sont entrés en Europe par l'Andalousie après la découverte du nouveau monde, la gastronomie actuelle et les connaissances technologiques modernes.

4. Coopérer à la création d'un nouveau concept gastronomique appelé “LA NOUVELLE CUISINE ANDALUSÍ”. Contribuez à cette reconnaissance publique et mondiale qui met en lumière la qualité de nos produits et l'identité de nos saveurs.

5. Établir, par le biais d'organismes publics et privés, de l'industrie agroalimentaire, de la restauration en général, les réglementations et les agences de qualité qui garantissent ce bien faire de la gastronomie andalusí dans le monde avec autant de réglementations protectrices que nécessaire.

Speech given in Seville, at the “Reales Alcázares”, on the 7th of April 2022.

Signatures and accessions are required on their own behalf or on themselves' behalf.

Discours prononcé à Séville dans les Reales Alcázares, le 7 avril du printemps de 2022.

Des signatures et adhésions sont requises en nom propre ou bien en représentation.

ANDALUSIAN KITCHEN MANIFEST

1. Recognize that the gastronomic influence of the Muslim culture, established in Andalusia between the 8th and 15th centuries, persists today

2. Recognize that gastronomic habits and customs survive thanks to the culinary crossroads of the three cultures that existed in medieval Spain.

3. Recognize that other forms of life and government, other religions and beliefs coexisted in Andalusia during these centuries.

4. Recognize that the today's landscape and life in the countryside keeps alive the memories, monuments, houses, habits, dishes and utensils inherited from parents to children.

5. Recognize that we must value the heritage received in situations such as the current one, in which the cultural, health and economic gap tends to seek and revalue the values of the past and the history of our people.

6. Recognize that history is the teacher of life and seek inspiration for the Andalusian cuisine of the future in the rich preserved sources.

7. Recognize the value of research to facilitate the growth of knowledge, facilitating vehicles to develop research processes about the vast cultural and culinary heritage of the past.

8. Recognize Andalusian gastronomy as an intangible heritage of our land: its foods, recipes, ingredients and cooking methods.

9. Recognize the global influence of this culture in the arts, in common life and in the celebrations of the most important historical moments of our Andalusian land, valuing this liturgy preserved until today.

10. And finally, we are firmly committed to promoting this proposal, developing it over time, so that it effectively fulfils its purpose: to recover the past and develop the future.

MANIFESTE DE LA CUISINE ANDALUSÍ

1. Reconnaître que l'influence gastronomie de la culture musulmane, installée en Andalousie entre le VIIIe et le XVe siècle, perdure encore de nos jours.

2. Reconnaître que les us et coutumes gastronomiques survivent grâce au métissage culinaire des trois cultures qui existaient dans l'Espagne médiévale.

3. Reconnaître que d'autres formes de vie et de gouvernance, d'autres religions et croyances ont coexisté en Andalousie au cours de ces siècles.

4. Reconnaître que le paysage et la vie à la campagne d'aujourd'hui gardent vivants les souvenirs, les monuments, les maisons, les habitudes, les plats et les ustensiles hérités des parents aux enfants.

5. Reconnaître que nous devons valoriser le patrimoine reçu dans des situations telles que celle actuelle, dans laquelle le fossé culturel, sanitaire et économique tend à rechercher et à revaloriser les valeurs du passé et l'histoire de notre peuple.

6. Reconnaître que l'Histoire est le maître de la vie et chercher l'inspiration pour la cuisine andalusí du futur dans les riches sources préservées.

7. Reconnaître la valeur de la recherche pour faciliter la croissance des connaissances, en facilitant les véhicules pour développer des processus d'enquête dans le vaste patrimoine culturel et culinaire du passé

8. Reconnaître la cuisine andalusí comme un patrimoine immatériel de notre terre : ses aliments, ses recettes, ses ingrédients et ses procédés de cuisson.

9. Reconnaître l'influence globale de cette culture dans les arts, dans la vie commune et dans les célébrations des moments historiques les plus importants de notre terre andalusí, en valorisant cette liturgie conservée à ce jour.

10. Et enfin, nous nous engageons fermement à promouvoir cette proposition, en la développant dans le temps, afin qu'elle serve efficacement son objectif : récupérer le passé et développer l'avenir.

© manuelbarrera / Freepik

THE

Les enseignements acquis pendant 30 années d'expérience et les raisons pour lesquelles je pense que la formation améliore la vie des gens et ajoute de la valeur aux marques d'hospitalité.

1 Because hospitality is an art.

The performers, hospitality employees, understand that hearing “it's good” from the Customer is not enough. Being of service to others is the motto. Excellence transforms employees into brand Ambassadors who are fully committed to pursuing sustainable growth and continuous learning.

2 Because the Customer changes continuously.

So do you and other stakeholders. The hospitality business' core is to create and deliver excellence service focused on surprising the customer. Continuous, never-ending, improvement is key for businesses to remain relevant. Lifelong learning is key to breakthrough.

3 Because organizational culture changes whenever an employee joins or leaves the team.

New employees can reinforce the company's culture if they receive a thoughtful and warm welcome. If existing employees are taught to train, act as inspirational examples, and have an enthusiastic attitude towards changes, the team will foster cooperation. In this way, an employee entry or exit is not a setback and the organization will reach new heights towards its purpose and goals.

4 Because old solutions do not solve new problems.

Physital (the integration between the physical and the digital world) is a challenge but also an opportunity. It is paramount to adapt and comprehend how

COMMARTAMENTS

Learnings from my 30 years of experience and why I believe training improves people's lives and adds value to hospitality brands.

LES 10 COMMANDEMENTS MARTA

1 Parce que l'hospitalité est un art.

Les artistes, employés de l'hospitalité, comprennent qu'il ne suffit pas d'entendre le client dire “c'est bon”. Être au service des autres est la devise. L'excellence transforme les employés en ambassadeurs de la marque qui s'engagent pleinement à poursuivre une croissance durable et un apprentissage continu.

2 Parce que le Client change constamment.

Vous et les autres parties prenantes aussi. Le cœur de l'activité hôtelière est de créer et de fournir un service d'excellence axé sur la surprise du client. L'amélioration continue et sans fin est essentielle pour que les entreprises restent pertinentes. L'apprentissage tout au long de la vie est la clé de la percée.

3 Parce que la culture organisationnelle change chaque fois qu'un employé rejoint ou quitte l'équipe.

Les nouveaux employés peuvent renforcer la culture de l'entreprise s'ils reçoivent un accueil réfléchi et chaleureux. Si les employés actuels apprennent à se former, servent d'exemples inspirants et ont une attitude enthousiaste à l'égard des changements, l'équipe favorisera la coopération. De cette manière, l'entrée ou le départ d'un employé n'est pas un échec et l'organisation atteindra de nouveaux sommets dans la réalisation de sa mission et de ses objectifs.

4 Parce que les anciennes solutions ne résolvent pas les nouveaux problèmes.

Le physital (l'intégration entre le monde physique et le monde numérique) est un défi mais aussi une opportunité. Il est primordial de s'adapter et de com-



Marta
SOTTO-MAYOR

Senior Certified Trainer
and International Consultant
– Hospitality & Restaurants,
Teacher at Escola de Hotelaria
e Turismo de Lisboa

<https://www.linkedin.com/in/martasottomayor/>

TURISMO DE
PORTUGAL
escola de
Lisboa





to best extract quality from the digital and in person setting. The complexity of generational changes and ongoing transformations must be considered as natural. The experience of those in the company is invaluable and inducing updated knowledge & formats will enhance individual fulfillment, team collaboration and business value.

5 Because training is an advantage to attract & retain talent.

Now, more than ever, employees value their personal and professional growth. Training increases retention as it engages staff in a development process, committing employees and fostering their loyalty.

6 Because the execution of training programs should be adjusted to specific needs.

There is a wide range of formats to succeed: instructor-led classroom training, on-the-job, online, simulation training, coaching, mentoring, webinars, discussions, out-door activities, case studies, debates, among others. Technology has enabled the possibility of many of these individually and in conjunction for the best learning experience. It is possible to guarantee better communication, more engagement and fruitful learning experiences if leaders invest in flexible and immersive training programs that are compatible with different learning styles and cultures.

7 Because there is room for improvement.

White Papers, University Articles and other academic literature largely support investing in training. Many of these materials indicate that hospitality employees are underpaid, undertrained and unmotivated. In fact, the hospitality sector offers many young people their first job experience. Training has an important effect on these ambitious young adults which can have positive repercussions across the entire economy as well as in social inclusion in the medium to long run.

prendre comment extraire au mieux la qualité de l'environnement numérique et physique. La complexité des changements générationnels et les transformations en cours doivent être considérées comme naturelles. L'expérience des membres de l'entreprise est inestimable et l'introduction des connaissances et des formats actualisés amélioreront l'épanouissement individuel, la collaboration au sein de l'équipe et la valeur commerciale.

5 Parce que la formation est un avantage pour attirer et pour retenir les talents.

Aujourd'hui, plus que jamais, les employés valorisent l'importance de leur développement personnel et professionnel. La formation augmente la rétention parce qu'elle engage le personnel dans un processus de développement, engageant les employés et favorisant leur fidélité.

6 Parce que l'exécution des programmes de formation doit être adaptée aux besoins spécifiques.

Il existe un large éventail de formats pour réussir: formation en classe avec un instructeur, formation en cours d'emploi, formation en ligne, formation par simulation, coaching, mentorat, webinaires, discussions, activités en plein air, études de cas, débats, entre autres. La technologie a permis de mettre en œuvre un grand nombre de ces méthodes, individuellement ou conjointement, pour une expérience d'apprentissage optimale. Il est possible de garantir une meilleure communication, un engagement accru et des expériences d'apprentissage fructueuses si les dirigeants investissent dans des programmes de formation flexibles et immersifs, compatibles avec les différents styles et les cultures d'apprentissage.

7 Parce qu'il y a de la matière à améliorer.

Les livres blancs, les articles universitaires et les autres documents académiques soutiennent largement l'investissement dans la formation. Nombreux de

8 Because Henry Ford's warning is still quite pertinent.

"The only thing worse than training your employees and having them leave is not training them and having them stay". Lack of training negatively affects innovation, productivity, safety and the overall well-being of the individuals and the organization.

9 Because jobs change all the time.

Peter Drucker's warning is applicable here: "The only skill that will be important in the 21st century is the skill of learning new skills". Agility requires a new mindset and renewed job descriptions, it is training that allows transformation to develop better results.

10 Because it is the Customer who assigns the star-rating.

"A brand name is only as good as its reputation", Richard Brandson is right. Many four star Hotels are appraised for delivering a five star experience, unfortunately the contrary might also occur. Hospitality Customers evaluate their experience according to expectations, perceptions, relationships and assets. At the end of the day, we know our business: memories are everything.

PS – Plus one: I personally aspire to inspire lifelong learning because "I'm not young enough to know everything" (brilliant quote by Oscar Wilde).

ces documents indiquent que les employés du secteur de l'accueil sont sous-payés, sous-formés et démotivés. En fait, le secteur de l'accueil offre à de nombreux jeunes leur première expérience professionnelle. La formation a un effet important sur ces jeunes adultes ambitieux, ce qui peut avoir des répercussions positives sur l'ensemble de l'économie ainsi que sur l'inclusion sociale à moyen et long terme.

8 Parce que l'avertissement d'Henry Ford est toujours actuel.

"Bien pire que former vos employés et les voir partir, c'est ne pas les former et les voir rester". Le manque de formation affecte négativement l'innovation, la productivité, la sécurité et le bien-être général des individus et de l'organisation.

9 Parce que les emplois changent tout le temps.

L'avertissement de Peter Drucker s'applique ici: "La seule compétence qui sera importante au 21ème siècle est celle d'apprendre de nouvelles compétences". L'agilité exige un nouvel état d'esprit et des descriptions de poste renouvelées, c'est la formation qui permet la transformation pour développer de meilleurs résultats.

10 Parce que c'est le Client qui attribue le nombre d'étoiles.

"Un nom de marque ne vaut que par sa réputation", Richard Brandson a raison. De nombreux hôtels quatre étoiles sont évalués pour offrir une expérience cinq étoiles, malheureusement le contraire peut également arriver. Les clients de l'hôtellerie évaluent leur expérience en fonction des attentes, des perceptions, des relations et des atouts. A la fin, nous connaissons notre métier: les souvenirs sont le plus important.

PS – Plus un: j'aspire personnellement à inspirer l'apprentissage tout au long de la vie parce que "je ne suis pas assez jeune pour tout savoir" (citation brillante d'Oscar Wilde).

ATTRACTING AND RETAINING TALENT FOR THE FOOD SERVICE AND HOTEL INDUSTRY

THE CENTRAL ROLE OF HOTEL SCHOOLS

ATTIRER ET RETENIR LES TALENTS POUR LA RESTAURATION ET L'HÔTELLERIE

LE RÔLE CENTRAL DES ÉCOLES HÔTELIÈRES

HIGH EMPLOYEE TURNOVER, the rate at which employees leave their employer, has always overwhelmed the hospitality industry compared to other industries, partly due to being the largest employer of students, young people and the impact of seasonal employment. High turnover negatively influences productivity, motivation, service recovery, and long-term customer satisfaction. It also has a direct impact on a company's bottom line due to high recruiting, screening and interviewing costs and costs incurred during orientation and onboarding.

Pre-COVID-19 employee turnover rates in the hospitality sector rose to almost double that of the rest of the private sector. For example, in the United States, the employee turnover rate rose to a high of 74.9% for the restaurant and accommodation sector in 2018 compared to 48.9% for the total U.S. private sector. While in the Netherlands, in September 2019, the Dutch Food Service and Hotel Industries endured an annual 47% employee turnover rate with an estimated cost of 1.4 billion euros. With COVID-19 and the restrictions that followed, many hospitality establishments had to shut down, and many employees were let go. However, with the relaxation of lockdowns, the sector's recovery was once again hindered by the industry's inability to find enough workers. Since 2019, published research on the pandemic highlights that many laid-off employees, particularly entry-level, left

LE TAUX ÉLEVÉ DE ROTATION du personnel, c'est-à-dire le taux auquel les employés quittent leur employeur, a toujours accablé le secteur de l'hôtellerie et de la restauration par rapport à d'autres secteurs, en partie parce qu'il est le plus grand employeur d'étudiants et de jeunes et en raison de l'impact des emplois saisonniers. Un taux de rotation élevé a une influence négative sur la productivité, la motivation, le rétablissement du service et la satisfaction du client à long terme. Il a également un impact direct sur les résultats de l'entreprise en raison des coûts élevés de recrutement, de sélection et d'entretien, ainsi que des coûts liés à l'orientation et à l'intégration.

Les taux de rotation des employés antérieurs à COVID-19 dans le secteur de l'hôtellerie ont augmenté pour atteindre presque le double de ceux du reste du secteur privé. Par exemple, aux États-Unis, le taux de rotation des employés a atteint un sommet de 74,9% pour le secteur de la restauration et de l'hébergement en 2018, contre 48,9% pour l'ensemble du secteur privé américain. Tandis qu'aux Pays-Bas, en septembre 2019, les industries néerlandaises de la restauration et de l'hôtellerie ont enduré un taux annuel de rotation des employés de 47% pour un coût estimé à 1,4 milliard d'euros. Avec COVID-19 et les restrictions qui ont suivi, de nombreux établissements d'accueil ont dû fermer leurs portes et de nombreux employés ont été licenciés. Cependant, avec l'assouplissement des

© Lucky Business / Shutterstock

HOTEL MANAGEMENT SCHOOL

NHL STENDEN

the industry and are refusing to return to their previous jobs in the hospitality industry. More than half of these employees request better working conditions, better compensation and benefits, additional flexibility and the desire to work remotely. The way hospitality handled job security during the COVID-19 crisis negatively impacted on how hotel and restaurant employees identify with their employers and the perceived cohesion, and therefore their intention to stay within the industry for the long term.

The hospitality industry and individual hospitality organisations should not tackle this massive challenge alone but instead collaborate with other stakeholders and adopt various creative solutions. All stakeholders should collaborate to develop a recovery strategy and contribute to crisis management and strategic thinking. Hospitality organisations must set aside their competitive instincts, come together to encourage collaboration between stakeholders and co-create long-term solutions to the staffing shortage.

Hotel schools are significant stakeholders, and they must contribute and considerably impact the industry beyond just scholarly influence. Hotel schools should establish a partnership with the hospitality industry based on the action research method with three main objectives: Firstly, providing practical recommendations to the industry and helping implement them if requested. Secondly, supporting the industry to prepare for the future of hospitality jobs (prepare their current workforce to acquire tomorrow's required skills) and thirdly, assisting the industry in improving organisational climate, rebranding, and becoming a preferred employer in tomorrow's job market.

Major environmental forces are causing rapid job transformation, and urgent action is needed. Hotel schools should keep up with the fast pace of change from unparalleled pandemics, global economic turmoil, Artificial Intelligence, and the changing demand for skills. Hotel schools should adopt a teaching curriculum aligned with the ecosystem of the hospitality industry and the skill set of the future. The importance of educating and training the future game-changers of the hospitality industry is paramount. With an increased demand for complex problem-solving skills in the workplace, critical thinking, entrepreneurship, creativity, communication and digital skills play a vital role. Hotel schools must adapt to the skills of the future to make sure they are not preparing students for jobs that will no longer exist.

fermetures, la reprise du secteur a de nouveau été entravée par l'incapacité de l'industrie à trouver suffisamment de travailleurs. Depuis 2019, les recherches publiées sur la pandémie soulignent que de nombreux employés licenciés, en particulier les débutants, ont quitté le secteur et refusent de retrouver leur ancien emploi dans l'industrie hôtelière. Plus de la moitié de ces employés demandent de meilleures conditions de travail, une meilleure rémunération et de meilleurs avantages, une flexibilité supplémentaire et le désir de travailler à distance. La façon dont l'hôtellerie a géré la sécurité de l'emploi pendant la crise du COVID-19 a eu un impact négatif sur la façon dont les employés de l'hôtellerie et de la restauration s'identifient à leurs employeurs et sur la cohésion perçue, et donc sur leur intention de rester dans le secteur à long terme.

Le secteur de l'hôtellerie et de la restauration et les organisations hôtelières individuelles ne devraient pas s'attaquer seuls à ce défi de taille, mais plutôt collaborer avec les autres parties prenantes et adopter diverses solutions créatives. Toutes les parties prenantes devraient collaborer pour élaborer une stratégie de reprise et contribuer à la gestion de crise et à la réflexion stratégique. Les organisations du secteur de l'accueil doivent mettre de côté leur instinct de compétition, s'unir pour encourager la collaboration entre les parties prenantes et co-crée des solutions à long terme à la pénurie de personnel.

Les écoles hôtelières sont des parties prenantes importantes, et elles doivent contribuer et avoir un impact considérable sur l'industrie au-delà de la simple influence académique. Les écoles hôtelières doivent établir un partenariat avec l'industrie hôtelière basé sur la méthode de la recherche-action avec trois objectifs principaux: Dans un premier moment, fournir des recommandations pratiques à l'industrie et aider à les mettre en œuvre si elles le demandent. Deuxièmement, aider l'industrie à se préparer à l'avenir des emplois dans l'hôtellerie (préparer sa main-d'œuvre actuelle à acquérir les compétences requises de demain) et troisièmement, aider l'industrie à améliorer le climat organisationnel, à renommer et à devenir un employeur de choix sur le marché du travail de demain.

Des forces environnementales majeures entraînent une transformation rapide de l'emploi et une action urgente est nécessaire. Les écoles hôtelières doivent suivre le rythme rapide des changements liés aux pandémies sans précédent, aux turbulences économiques mondiales, à l'intelligence artificielle et à l'évolution de la demande de compétences. Les écoles hôtelières devraient adopter un programme d'enseignement aligné sur l'écosystème de l'industrie hôtelière et les compétences du futur. L'importance d'éduquer et de former les futurs changeurs de jeu de l'industrie hôtelière est primordiale. Avec une demande accrue de compétences complexes en résolution de problèmes sur le lieu de travail, la pensée critique, l'esprit d'entreprise, la créati-



**Georges
EL HAJAL**

Hotel Management School,
NHL Stenden University
of Applied Sciences

georges.el.hajal@nhlstenden.com

ORCID 0000-0001-7929-8943

Based on a working paper presented by the author at the 30th Council for Hospitality Management Education (CHME) Annual Research Conference, 25th - 27th May 2022, Edinburgh Napier University, United Kingdom.

Basé sur un document de travail présenté par l'auteur à la 30e conférence annuelle de recherche du Council for Hospitality Management Education (CHME), du 25 au 27 mai 2022, Edinburgh Napier University, Royaume-Uni.

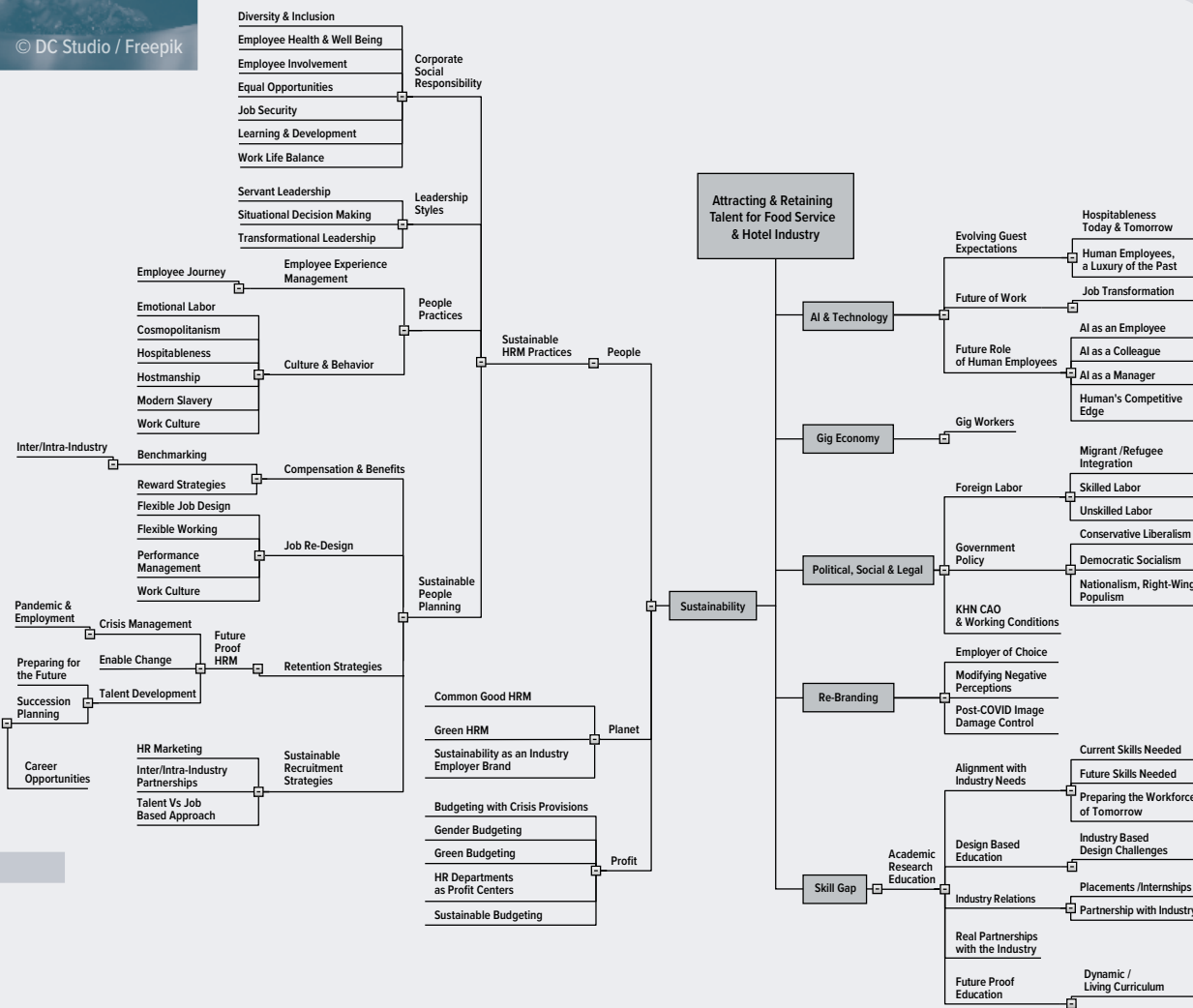
Centred around the design thinking methodology, the author developed a mindmap that identifies six areas of interest, the starting point to explore different strategies that support the hospitality industry in attracting and retaining talent. These areas are Artificial Intelligence and Technology, the Gig Economy, The Political, Social and Legal environments, Rebranding, Skill Gap, and Sustainability. This approach allows research to be conducted by researchers with different focuses and at various stages.

The author invites academics from different hotel schools to collaborate and explore strategies to attract and retain talent within the hospitality industry. In partnership with the industry, academics can research different focuses simultaneously inspired by the presented mind map.

tivité, la communication et les compétences numériques jouent un rôle essentiel. Les écoles hôtelières doivent s'adapter aux compétences de demain pour ne pas préparer les étudiants à des métiers qui n'existeront plus.

Centré sur la méthodologie du design thinking, l'auteur a développé une carte mentale qui identifie six domaines d'intérêt, le point de départ pour explorer différentes stratégies qui aident l'industrie hôtelière à attirer et à retenir les talents. Ces domaines sont l'intelligence artificielle et la technologie, l'économie à la demande, les environnements politique, social et juridique, le changement de marque, le déficit de compétences et la durabilité. Cette approche permet à la recherche d'être menée par des chercheurs avec de différents centres d'intérêt et en différentes étapes.

L'auteur invite des universitaires de différentes écoles hôtelières à collaborer et à exploiter des stratégies pour attirer et pour retenir les talents au sein de l'industrie hôtelière. En partenariat avec l'industrie, les universitaires peuvent rechercher simultanément de différents axes inspirés par la carte mentale présentée.



NOTHING SOFT ABOUT

RIEN DE DOUX DANS LES POWER SKILLS

SUR 100 PERSONNES embauchées, 13 échouent ou partent parce qu'elles n'ont pas ou ne savent pas comment développer leurs soft skills et 1 sur 3 part avant un an pour la même raison. Ces paramètres ont été extraits d'un rapport présenté par Michael Page Consulting et je considère qu'il s'agit d'une ligne directrice importante pour établir l'ampleur et la pertinence des soft skills, que l'on n'appelle pas par hasard des compétences "puissantes".

Dans un paysage professionnel compétitif et changeant comme celui dans lequel nous vivons aujourd'hui, les équipes de travail jouent un rôle extrêmement important dans la réalisation des objectifs de l'entreprise. La reconnaissance de ces compétences ouvre la voie à un nouveau système, non seulement de travail mais aussi de stratégies de sectionnement qui permettent aux départements correspondants de trouver un équilibre entre les compétences techniques inhérentes à un poste et les compétences de communication qui maintiendront les équipes de travail en mouvement.

Les entreprises qui reconnaissent la force des power skills, reconnaissent la nécessité d'encourager leurs employés à découvrir où à renforcer les compétences qui leur permettront de réaliser leur travail de manière plus efficace et rentable, non seulement pour l'employé et sa croissance professionnelle mais aussi pour le développement et la croissance soutenue de l'entreprise.

Il est désuet et même surprenant de rencontrer aujourd'hui des entreprises où le développement des power skills n'est ni reconnu ni pris en compte. Au contraire, les connaissances techniques continuent de diriger non seulement la procédure de sélection mais aussi les processus de promotion au sein de l'entreprise.

Les compétences en termes de leadership, de travail en équipe, de communication, de productivité et de bien-être de l'équipe de travail sont les caractéristiques qui permettent à l'employé d'accomplir ses tâches avec des outils qui lui permettent d'affronter efficacement son travail quotidien.



Daniela DIAZ RODRIGUEZ

Career Manager,
Escuela Superior
de Hostelería de Sevilla



Grupo LEZAMA

Competences in terms of leadership, teamwork, communication, productivity and the well-being of the work team are the characteristics that empower the employee to carry out their tasks with tools that allow them to face their day-to-day work effectively.

It is clear that soft skills are not soft or weak at all, which is why companies like ours that are related to education and training must pay special attention to the transition in recognizing and empowering professional skills that will position our students in a working system where the power of adaptation will be essential and sometimes above the technical skill for the development of a specific job.

Once the importance of these skills has been recognized, it is important to move to the second point and adopt a decisive position as a company in promoting the development of these skills as they will guarantee long-term and sustained pursuit and achievement of the business objectives. An employee who feels motivated and supported in professional development will not only be more committed to the advancement of work activities, but in addition commitment to the company will be increasingly profound which in turn will generate positive actions in the development of career, work, and the teams they lead. This is to say that from every point of view, the company must assume it as an investment that will pay dividends in the short, medium and long term.

It is known to all, as evidenced in reports that reach us from different consultants, social media networks and even from our own professional experience, that the arrival of the pandemic has brought with it an “accelerator” of processes that has driven companies to take economic and structural steps with an immediacy that was not planned in the coming years. The almost immediate and forced adaptation has established, on the one hand, parameters that I would dare say, have “filtered” employees into different types, according to how they have adapted to certain demands and how

Il est clair que les soft skills ne sont pas du tout douces ou faibles, c'est pour ça que les entreprises comme les nôtres qui sont liées à l'éducation et à la formation doivent accorder une attention particulière à la transition dans la reconnaissance et l'autonomisation des compétences professionnelles qui positionneront nos étudiants dans un système de travail où le pouvoir d'adaptation sera essentiel et parfois supérieur à la compétence technique pour le développement d'un emploi spécifique.

Une fois l'importance de ces compétences reconnue, il est important de passer au deuxième point et d'adopter une position décisive en tant qu'entreprise pour promouvoir le développement de ces compétences, car elles garantiront la poursuite et la réalisation des objectifs de l'entreprise à long terme et de manière soutenue. Un employé qui se sent motivé et soutenu dans son développement professionnel sera non seulement plus engagé dans l'avancement des activités de travail, mais en plus l'engagement envers l'entreprise sera de plus en plus profond, ce qui à son tour générera des actions positives dans le développement de la carrière, du travail et des équipes qu'il dirige. C'est dire qu'à tout point de vue, l'entreprise doit l'assumer comme un investissement qui rapportera des dividendes à court, moyen et long terme.

Il est connu de tous, comme en témoignent les rapports qui nous parviennent de différents consultants, des réseaux de médias sociaux et même de notre propre expérience professionnelle, que l'arrivée de la pandémie a entraîné un “accélérateur” de processus qui a poussé les entreprises à prendre des mesures économiques et structurelles avec une immédiateté qui n'était pas prévue dans les années à venir. L'adaptation presque immédiate et forcée a établi, d'une part, des paramètres qui, j'oserais le dire, ont “filtré” les employés en différents types, selon la manière dont ils se sont adaptés à certaines exigences et dont leurs compétences de pouvoir, reconnues ou en cours de développement, leur ont permis de s'adapter aux changements continus générés tant par l'entreprise que par des facteurs externes. Mais d'autre part, elle a incité les entreprises à identifier l'importance des programmes de développement professionnel qui permettent aux employés de fonctionner de manière organisée dans différents scénarios ainsi que dans l'application réussie des nouvelles technologies.

Pour y parvenir efficacement, les organisations qui cherchent à maximiser la rentabilité de leurs employés, dans un environnement de travail sain et soutenu par des outils de croissance professionnelle, sont dans un processus continu d'identification de leaders. Des leaders capables d'identifier, de développer et de diffuser des compétences dans leurs équipes de travail, qui n'ont pas peur de se sentir éclipsés par les membres de leur équipe ou de découvrir de nouveaux leaders, mais qui se sentent motivés pour fournir les

their power skills, recognized or in development, have allowed them to adapt to the continuous changes generated both by the company and by external factors. But on the other hand, it has prompted companies to identify the importance of professional development programs that allow employees to function in an organized manner in different scenarios as well as in the successful application of new technologies.

To achieve this effectively, organizations that seek to maximize the profitability of their employees, within a healthy work environment and supported by professional growth tools, are in a continuous process of identifying leaders. Leaders who can identify, develop and spread skills in their work teams, who are not afraid of feeling overshadowed by their team members or discovering new leaders, but feel motivated to provide the necessary tools to guarantee their professional growth that will undoubtedly be the equivalent to the development and positioning of the company as a whole.

Here we find ourselves with a challenge, a challenge that companies must study: how to establish development systems in which no member of the team nor the work of each person feels threatened. It is important and we must bear in mind that the power skills development approach should not only influence employees with positions of responsibility but must be extensive regardless of the position within the company.

In this sense, we must lead by example since it is understood that from the very “root” of companies we should manage with powerful skills that are not only taken into account when selecting personnel, but are actions that are promoted and supported throughout the employee's professional career. In the end, the development of these skills is synonymous with improvement and growth for the company along with the reinforcement or creation of its identity.

According to the latest report from Udemy Business, in the 2022 Workplace Learning Trends Report, companies that extend leadership development to all positions are 4.2 times more likely to exceed their expectations in terms of revenue and operating margins.

The development of leadership skills will have a positive impact on productivity and collaboration and will generate various powerful skills such as efficient time management and positive empowerment.

On the other hand, it is very important in these times where the retention of talent generates unequivocal importance for the stability of companies that the offer of always-on learning channels and professional growth be taken into account. The development of emotional intelligence as well as the motivation of their powerful skills, can vary greatly and must be adapted to the employee's profile so that their growth is specifically focused on the skills they possess and that they seek to develop.

“”

Le besoin de s'adapter à des environnements complexes et changeants, la concurrence des entreprises, la rareté des professionnels Formés techniquement et professionnellement, ou le manque de motivation pour stimuler leurs puissantes compétences, sont des questions qui doivent être traitées immédiatement et qui détermineront le positionnement des entreprises et de leur personnel.

outils nécessaires afin de garantir leur croissance professionnelle qui sera sans aucun doute l'équivalent du développement et du positionnement de l'entreprise dans son ensemble.

Nous nous trouvons ici face à un défi, un défi que les entreprises doivent étudier: comment établir des systèmes de développement dans lesquels aucun membre de l'équipe ni le travail de chacun ne se sentent menacés. Il est important et nous devons garder à l'esprit que l'approche du développement des compétences de pouvoir ne doit pas seulement influencer les employés ayant des postes à responsabilité mais doit être étendue indépendamment de la position au sein de l'entreprise.

En ce sens, nous devons montrer l'exemple car il est entendu que dès la “racine” des entreprises, nous devons gérer avec des compétences de pouvoir qui ne sont pas seulement prises en compte lors de la sélection du personnel, mais sont des actions qui sont promues et soutenues tout au long de la carrière professionnelle de l'employé. Au final, le développement de ces compétences est synonyme d'amélioration et de croissance pour l'entreprise ainsi que de renforcement ou de création de son identité.

Selon le dernier rapport de Udemy Business, dans le rapport 2022 sur les tendances de l'apprentissage en milieu de travail, les entreprises qui étendent le développement du leadership à tous les postes ont 4,2 fois plus de chances de dépasser leurs attentes en termes de revenus et de marges opérationnelles.

Le développement des compétences de leadership aura un impact positif sur la productivité et la collaboration et générera diverses compétences puissantes telles que la gestion efficace du temps et la responsabilisation positive.

“”

Competences in terms of leadership, teamwork, communication, productivity and the well-being of the work team are the characteristics that empower the employee to carry out their tasks with tools that allow them to face their day-to-day work effectively.

“ ”

The development of leadership skills will have a positive impact on productivity and collaboration and will generate various powerful skills such as efficient time management and positive empowerment.

Returning to the report cited previously, it is important to keep in mind as a reference that in 2030, 25 million project managers will be needed to meet global demand. This means that we must not only work on the incorporation of personnel who meet essential skills, but that it will be impossible to cover these needs if the personnel who are already in the company are not prepared to face new challenges.

That is why, when we speak of the old Soft Skills or the new Power Skills, we also refer to professional development, accompanying the employee in the professional career and in the pursuit of the company's objective. To achieve this, we undoubtedly must prepare them by enhancing their skills and turning them into generators of change, not only for themselves but for their professional environment, instituting or stimulating a profile of an employee who discovers knowledge needs on his own and knows that he is supported by the company. This will undoubtedly bring about an environment of motivated employees committed to their own growth as well that of the company and its objectives.

The need to adapt to complex and changing environments, business competition, scarcity of technically and professionally trained professionals, or the lack of motivation to stimulate their powerful skills, are issues that must be addressed immediately and that will determine the positioning of companies and their workforce. In this sense, it is unthinkable not to highlight the importance of the training and professional development that allows us to be prepared to face all these variables.

Working in a collaborative environment highlights the importance of powerful skills and how the nexus of common objectives approached from the point of view of emotional intelligence can transcendently modify work systems, as well as its effect on the scope of goals and business objectives.

D'autre part, il est très important, en ces temps où la rétention des talents revêt une importance sans équivoque pour la stabilité des entreprises, de prendre en compte l'offre de canaux d'apprentissage permanent et de croissance professionnelle. Le développement de l'intelligence émotionnelle, ainsi que la motivation de ses compétences puissantes, peuvent varier considérablement et doivent être adaptés au profil de l'employé afin que sa croissance soit spécifiquement axée sur les compétences qu'il possède et qu'il cherche à développer.

Pour en revenir au rapport cité précédemment, il est important de garder à l'esprit, à titre de référence, qu'en 2030, 25 millions de chefs de projet seront nécessaires pour répondre à la demande mondiale. Cela signifie qu'il ne faut pas seulement travailler à l'incorporation de personnel répondant aux compétences essentielles, mais qu'il sera impossible de couvrir ces besoins si le personnel déjà présent dans l'entreprise n'est pas préparé à relever de nouveaux défis.

C'est pour ça, lorsque nous parlons des anciennes Soft Skills ou des nouvelles Power Skills, que nous faisons également référence au développement professionnel, en accompagnant le salarié dans sa carrière professionnelle et dans la poursuite de l'objectif de l'entreprise. Pour y parvenir, nous devons sans aucun doute les préparer en améliorant leurs compétences et en les transformant en générateurs de changement, non seulement pour eux-mêmes mais aussi pour leur environnement professionnel, en instituant ou en stimulant un profil d'employé qui découvre par lui-même les besoins de connaissances et qui se sait soutenu par l'entreprise. Cela créera sans aucun doute un environnement d'employés motivés, engagés dans leur propre croissance ainsi que dans celle de l'entreprise et de ses objectifs.

Le besoin de s'adapter à des environnements complexes et changeants, la concurrence des entreprises, la rareté des professionnels formés techniquement et professionnellement, ou le manque de motivation pour stimuler leurs puissantes compétences, sont des questions qui doivent être traitées immédiatement et qui détermineront le positionnement des entreprises et de leur personnel. En ce sens, il est impensable de ne pas souligner l'importance de la formation et du développement professionnel qui nous permettent d'être préparés à faire face à toutes ces variables.

Le travail dans un environnement collaboratif met en évidence l'importance de compétences puissantes et la manière dont le lien entre les objectifs communs abordés du point de vue de l'intelligence émotionnelle peut modifier de manière transcendante les systèmes de travail, ainsi que son effet sur la portée des buts et des objectifs commerciaux.

PORTO

25 YEARS AS UNESCO WORLD HERITAGE
25 ANS DE PATRIMOINE
MONDIAL DE L'UNESCO



LE PATRIMOINE CULTUREL DE LA VILLE

“La valeur universelle exceptionnelle représente une importance culturelle et/ou naturelle si exceptionnelle qu'elle transcende les frontières nationales et qu'elle est inestimable pour les générations actuelles et futures de toute l'humanité. Par conséquent, la protection permanente de ce patrimoine est de la plus haute importance pour l'ensemble de la communauté internationale”. Cette phrase peut être lue dans la définition de l'élévation des villes au patrimoine mondial.

Le centre historique de Porto et Vila Nova de Gaia, au Portugal, ont été classés au patrimoine culturel de l'humanité en 1996. Après 25 ans de ce classement, la Ville est forcément différente. D'emblée, son Patrimoine Historique est mieux préservé, le tissu urbain a été réhabilité et fonctionnel, et cette transformation a dépassé les limites du centre ancien.

Aujourd'hui, on se promène le long des façades fluviales et maritimes de la Ville, dans les jardins et les parcs urbains ou dans nos Musées et Monuments et on ressent une symbiose qui séduit les touristes à choisir Porto pour leurs courts séjours, leurs vacances, et depuis quelques années, également, comme lieu de résidence.

THE CULTURAL HERITAGE OF THE CITY

“Outstanding universal value means cultural and/or natural importance so exceptional that it transcends national borders and is invaluable to current and future generations of all humanity. Therefore, the permanent protection of this heritage is of the utmost importance for the entire international community”. This phrase can be read in the definition of the elevation of Cities to World Heritage.

The Historic Center of Porto and Vila Nova de Gaia, in Portugal, were classified as Cultural Heritage of Humanity in 1996. After 25 years of this classification, the City is necessarily different. From the outset, its Historical Heritage is better preserved, the urban fabric has been rehabilitated and functional, and this transformation has gone beyond the boundaries of the old town center.

Nowadays, one strolls along the river and sea fronts of the City, through the gardens and urban parks or through our Museums and Monuments and feels



**Tiago
ANDRADE**

Teacher at Escola de Hotelaria
e Turismo do Porto

TURISMO DE
PORTUGAL
escola do
Porto



a symbiosis that seduces tourists to choose Porto for their short-breaks, holidays, and in recent years, also, as their place of choice to live.

Talking about Heritage and focusing on the edified one is reductive. In addition to this, we consider the Douro, the wine, the gastronomy, the sports, the civil and religious architecture, the streets and its people as Heritage of the City. The City is not limited to its edified monumentality, which one immortalizes with photos on visits to the Port Wine Cellars in Vila Nova de Gaia. Today's tourist is looking for destinations that meet his or hers expectations and Porto has been able to create support activities that complement the offer of a basic Cultural Tourism with bridge cruises, electric bicycles and scooters, the "hop on/hop off", the "bridge climbing", the "tuk tuk" and all activities that allow an enjoyment of the City beyond the built heritage.



© vwalakte / Freepik

RECOGNITION

This Cultural Heritage and its versatility in terms of offer, led to Porto being awarded the "Best European Destination" in 2012, 2014 and 2017 and the "Europe's Leading City Break Destination 2020". The river, the beach, the safety, the climate and its "animation" won over tourists all over Europe, who saw the City as a desirable "short-break", at acceptable costs and with a quality above the European average.

The direct impact on the hotel industry with the construction of a strong hotel capacity, also of luxury, the investment made by the local accommodation that impacted the requalification of the city, the offer of a diverse and quality restaurant sector and the support to local and small businesses, began to justify the commitment, by the Municipality of Porto, in the organization of cultural offer carried out by "Ágora", which ensures the programming, production and supervision of cultural, sports and entertainment activities in the city, according to the options and strategies defined by the Municipality. and in offering fluid programming,

Parler de Patrimoine et se concentrer sur l'édifié est réducteur. En plus de cela, nous considérons le Douro, le vin, la gastronomie, les sports, l'architecture civile et religieuse, les rues et ses habitants comme le Patrimoine de la Ville. La Ville ne se limite pas à sa monumentalité édifiée, que l'on immortalise avec des photos lors des visites des caves de vin de Porto à Vila Nova de Gaia. Le touriste d'aujourd'hui recherche des destinations qui répondent à ses attentes et Porto a su créer des activités de soutien qui complètent l'offre d'un tourisme culturel de base avec les croisières sur les ponts, les vélos et scooters électriques, le "hop on/hop off", le "bridge climbing", le "tuk tuk" et toutes les activités qui permettent de profiter de la ville au-delà du patrimoine bâti.

RECONNAISSANCE

Ce patrimoine culturel et sa polyvalence en termes d'offre ont valu à Porto d'être élue "Meilleure destination européenne" en 2012, 2014 et 2017 et "Première destination européenne de City Break 2020". Le fleuve, la plage, la sécurité, le climat et son "animation" ont conquis les touristes de toute l'Europe, qui ont vu dans la ville un "short-break" souhaitable, à des coûts acceptables et avec une qualité supérieure à la moyenne européenne.

L'impact direct sur l'industrie hôtelière avec la construction d'une forte capacité hôtelière, également de luxe, l'investissement réalisé par l'hébergement local qui a eu un impact sur la requalification de la ville, l'offre d'un secteur de restauration diversifié et de qualité et le soutien aux entreprises locales et aux petites entreprises, ont commencé à justifier l'engagement, par la municipalité de Porto, dans l'organisation de l'offre culturelle réalisée par "Ágora", qui assure la programmation, la production et la supervision des activités culturelles, sportives et de divertissement dans la ville, selon les options et les stratégies définies par la municipalité. et dans l'offre d'une programmation fluide, à la fois populaire, érudite et cosmopolite, étendue à toutes les géographies et à tous les publics.

DÉFIS

À Porto, le tourisme et aussi le tourisme culturel peuvent avoir des impacts négatifs. La recherche d'authenticité et le développement, ces dernières années, du secteur de l'hébergement local, ont créé un phénomène de spéculation immobilière qui fait augmenter les prix dans les centres historiques des villes, qui commencent à voir les commerces locaux être remplacés par des restaurants, des bars et des magasins de marques nationales et internationales. Les centres historiques animés et pittoresques cèdent la place à des blocs d'hébergement et de divertissement locaux, devenant des espaces moins fréquentés et moins vécus pendant la journée.

simultaneously popular, erudite and cosmopolitan, extended to all geographies and audiences.

CHALLENGES

In Porto, Tourism and also Cultural Tourism can have negative impacts. The search for authenticity and the development, in recent years, of the local accommodation sector, created the phenomenon of real estate speculation that increases prices in the historic centers of cities, that start to see local businesses being replaced by restaurants, bars and national and international branded stores. The lively and picturesque historic centers give way to blocks of local accommodation and entertainment, becoming less attended and lived spaces during the day. Prices rise, often pushing the natives away and creating feelings of outrage.

But the impact that the tourism economy has on employment is also significant. The opportunities are many and allow the recovery of real estate to be carried out in a coordinated and consensual way with the guidelines of the responsible public institutions (Porto Vivo, SRU)

The challenge is always to find balance. Porto has sought through restrictive regulations in relation to Local Accommodation in areas of great pressure and in support of Traditional Commerce, not allowing them to fall into the web of real estate speculation, protecting them with the municipal recognition of the same, contributing to this standardization. Also in this field, the partnership with the University of Porto in the construction of University Residences in the center of the City minimizes the danger of its desertification.

ESCOLA DE HOTELARIA E TURISMO DO PORTO (EHTP)

The Escola de Hotelaria e Turismo do Porto (EHTP) has been operating since 1969, being a reference in the sector in the training of the main top management staff in the country.

Over all these years, it has gone through the difficulties and constraints of the City and the Country in keeping up with other stronger and more qualified economies. It knew how to adapt, qualify itself and allow its students to have career prospects, which, with the evolution of Porto, became more demanding. The technical and academic base they have, as a result of their transversality, allows them to look at challenges with greater preparation. The focus on the territory makes the school's importance go beyond its walls, allowing teachers and students to work in total connection with the City. The recognition of its material and immaterial heritage has been developed in its academic work, but also in the internships that the School provides. The challenges for them to think and innovate in the approach to Cultural Heritage is one of the tools used, in such a difficult time as we are experiencing, but which we believe is important so that they can broaden the horizons of their knowledge and thus con-

Les prix augmentent, repoussant souvent les autochtones et créant des sentiments d'indignation.

Mais l'impact de l'économie touristique sur l'emploi est également important. Les opportunités sont nombreuses et permettent de réaliser la récupération des biens immobiliers de manière coordonnée et consensuelle avec les directives des institutions publiques responsables (Porto Vivo, SRU).

Le défi consiste toujours à trouver un équilibre. Porto a cherché à travers des réglementations restrictives en relation avec le Logement Local dans les zones de grande pression et en soutien au Commerce Traditionnel, ne permettant pas qu'ils tombent dans la toile de la spéculation immobilière, les protégeant avec la reconnaissance municipale de la même, contribuant à cette normalisation. Toujours dans ce domaine, le partenariat avec l'Université de Porto pour la construction de résidences universitaires dans le centre de la ville minimise le danger de sa désertification.

ESCOLA DE HOTELARIA E TURISMO DO PORTO (EHTP)

L'Escola de Hotelaria e Turismo do Porto (EHTP), qui fonctionne depuis 1969, est une référence dans le secteur pour la formation des principaux cadres supérieurs du pays.

Au cours de toutes ces années, elle a traversé les difficultés et les contraintes de la ville et du pays pour suivre le rythme d'autres économies plus fortes et plus qualifiées. Elle a su s'adapter, se qualifier et permettre à ses étudiants d'avoir des perspectives de carrière qui, avec l'évolution de Porto, sont devenues plus exigeantes. La base technique et académique dont ils disposent, du fait de leur transversalité, leur permet d'envisager les défis avec une plus grande préparation. L'accent mis sur le territoire fait que l'importance de l'école va au-delà de ses murs, permettant aux enseignants et aux élèves de travailler en totale connexion avec la Ville. La reconnaissance de son patrimoine matériel et immatériel a été développée dans le travail académique, mais aussi dans les stages que l'école propose. Le défi de penser et d'innover dans l'approche du Patrimoine Culturel est un des outils utilisés, dans une période aussi difficile que celle que nous vivons, mais qui nous semble importante pour qu'ils puissent élargir les horizons de leurs connaissances et ainsi contribuer au développement du secteur. Dans ce sens, la création d'un cours de tourisme culturel et patrimonial a été fondamentale pour une approche directe et concise, promouvant le savoir-faire, la concentration et le dévouement aux causes de la culture et du patrimoine, incarnés dans les accords de partenariat stratégique avec le DRCN et en termes de stages avec certaines des institutions culturelles les plus pertinentes de la ville, telles que Torre dos Clérigos, Irmandade de São Francisco, Igreja do Carmo, Museu da Alfândega, Casa da Arquitetura



tribute to the development of the sector. In this sense, the creation of a Cultural and Heritage Tourism course was fundamental for a direct and concise approach, promoting “know-how”, focus and dedication to the causes of culture and heritage, embodied in the strategic partnership agreements with DRCN and in terms of internships with some of the most relevant cultural institutions in the city, such as Torre dos Clérigos, Irmandade de São Francisco, Igreja do Carmo, Museu da Alfandega, Casa da Arquitetura and Museu do FC Porto, making itself and its students core elements of the whole process.

FUTURE

The Cultural Tourism of the City has been, as we have already said, fundamental in Porto as a destination. The importance of complementarity between material and immaterial heritage will give the tourism economy the necessary support so that numbers, such as those of 2019, can be reached again. The City is prepared in terms of infrastructure, but it is necessary to regain the confidence of the markets and sell a safe destination. The fact that free Covid 19 tests were made available to citizens and tourists during the Christmas and New Years season, allowed tourists to feel comfortable with the destination and maintain this dynamic, in recent months, in the City.

The development of Cultural Tourism will also involve the creation of a connection to new products that bring tourists closer to the destination, in close liaison with the heritage. The exploration of the Douro as a complement to those who visit the City, through a “premium” guest/customer, with high purchasing power, sensitive to the heritage and history of Porto and Portugal and looking for a highly qualified service, is an example of good practices that we must amplify. The work carried out around Porto architecture with its Pritzker Prize-winning architects (Álvaro Siza Vieira and Eduardo Souto Moura) or buildings such as Casa da Música by Rem Koolhaas or the Serralves Museum of Contemporary Art, has made known a more contemporary and cosmopolitan Porto, in addition to the Leixões Cruise Terminal, which is today a successful project with a tendency to grow.

The School should also be a support for this uncommitted look at heritage and with the search for new strategies and solutions. With this in mind, the European Commission tries to make the European cultural heritage known in schools and maximizes the impact of the Erasmus+ Program in this field. What is sought is to offer young people opportunities to participate in experiences that allow them to acquire new skills. Mixing all these condiments, an integrated work between all stakeholders can and should enable a harmonious and innovative development, which consolidates Porto as a destination.

et Museu do FC Porto, faisant de lui-même et de ses étudiants des éléments centraux de tout le processus.

FUTUR

Le tourisme culturel de la ville a été, comme nous l'avons déjà dit, fondamental pour la destination Porto. L'importance de la complémentarité entre le patrimoine matériel et immatériel donnera à l'économie touristique le soutien nécessaire pour que des chiffres, tels que ceux de 2019, puissent être atteints à nouveau. La Ville est préparée en termes d'infrastructures, mais il est nécessaire de regagner la confiance des marchés et de vendre une destination sûre. Le fait que des tests Covid 19 gratuits aient été mis à disposition des citoyens et des touristes pendant la période de Noël et du Nouvel An, a permis aux touristes de se sentir à l'aise avec la destination et de maintenir cette dynamique, ces derniers mois, dans la Ville.

Le développement du tourisme culturel passera également par la création d'une connexion avec de nouveaux produits qui rapprochent les touristes de la destination, en liaison étroite avec le patrimoine. L'exploration du Douro comme complément à ceux qui visitent la Ville, à travers un hôte/client «premium», à fort pouvoir d'achat, sensible au patrimoine et à l'histoire de Porto et du Portugal et à la recherche d'un service hautement qualifié, est un exemple de bonnes pratiques que nous devons amplifier. Le travail réalisé autour de l'architecture de Porto avec ses architectes lauréats du prix Pritzker (Álvaro Siza Vieira et Eduardo Souto Moura) ou des bâtiments tels que la Casa da Música de Rem Koolhaas ou le musée d'art contemporain de Serralves, a fait connaître un Porto plus contemporain et cosmopolite, sans oublier le terminal de croisière de Leixões, qui est aujourd'hui un projet réussi ayant tendance à se développer.

L'École devrait également être un soutien pour ce regard non engagé sur le patrimoine et pour la recherche de nouvelles stratégies et solutions. Dans cette optique, la Commission européenne tente de faire connaître le patrimoine culturel européen dans les écoles et maximise l'impact du programme Erasmus+ dans ce domaine. Ce qui est recherché, c'est d'offrir aux jeunes des opportunités de participer à des expériences qui leur permettent d'acquérir de nouvelles compétences. En mélangeant tous ces condiments, un travail intégré entre tous les acteurs peut et doit permettre un développement harmonieux et innovant, qui consolide la destination Porto.

APPROACHES TO A HIGHER QUALITY IN VOCATIONAL EDUCATION

IN SLOVENIA, a country of a little over 2 million inhabitants, hospitality is taught on both, the secondary level with middle schools of catering and tourism, and at vocational college level, where 8 Vocational Colleges offer short-cycle degrees in Hospitality, Tourism, Catering and Gastronomy. All of us are members of the umbrella organisation called Association of Higher Vocational Colleges. The latter has been working very intensely on increasing the quality of education and supporting development of skills and competences. This resulted in a government-supported project called *Ciljaj višje* (Aim Higher) that offered numerous training opportunities throughout the vocational college sphere and in over 35 study programmes, offered by members of the Association.

The aim of the project was to train employees (teachers and supporting staff) to improve their competencies, through which they will be able to continue to perform quality education in higher professional education programs. With the initial goal to train 600 participants through various training programs, this number has already been surpassed in the first 6 months.

Even schools working in the hospitality, culinary arts and tourism sector were able to profit enormously from these activities, as the project addressed the contents that are of great importance in the hospitality sector, too: effective planning, organization, implementation and evaluation of teaching in higher professional education, competence for continuous professional development and lifelong learning, effective communication and cooperation, teaching in digital environment (therefore also information and data literacy), communication and cooperation, creation of digital content, and problem solving.

In the last 2 years, the hospitality industry in Slovenia suffered a major hit. From March 2020 until June 2021, the hospitality sector was closed for around 10 months. The same happened in schools. Our vocational

APPROCHES POUR UNE MEILLEURE QUALITÉ DANS L'ENSEIGNEMENT PROFESSIONNEL

EN SLOVÉNIE, pays d'un peu plus de 2 millions d'habitants, l'hôtellerie est enseignée soit au niveau secondaire avec les collèges de restauration et de tourisme, soit au niveau des lycées professionnels, où 8 écoles professionnelles proposent des diplômes à court terme en hôtellerie, tourisme, Restauration et Gastronomie. Nous sommes tous membres de l'organisme de coordination appelé Association of Higher Vocational Colleges. Ce dernier a travaillé très intensément sur l'amélioration de la qualité de l'éducation et l'aide au développement des aptitudes et des compétences. Cela a abouti à un projet soutenu par le gouvernement appelé *Ciljaj višje* (Viser plus Haut) qui offrait de nombreuses opportunités de formation dans le domaine des collèges professionnels et dans plus de 35 programmes d'études, proposés par les membres de l'Association.

L'objectif du projet était de former les employés (enseignants et personnel de soutien) pour améliorer leurs compétences, grâce auxquelles ils pourront continuer à offrir une formation de qualité dans les programmes d'enseignement professionnel supérieur. Avec l'objectif initial de former 600 participants à travers divers programmes de formation, ce nombre a déjà été dépassé au cours des 6 premiers mois.

Même les écoles liées aux secteurs de l'hôtellerie, des arts culinaires et au tourisme ont pu profiter énormément de ces activités, car le projet a abordé les contenus qui sont également d'une grande importance dans le secteur de l'hôtellerie: planification, organisation, mise en œuvre et évaluation efficaces de l'enseignement dans enseignement professionnel supérieur, compétence pour le développement professionnel continu et l'apprentissage tout au long de la vie, communication et coopération efficaces, enseignement dans un environnement digital (donc également maîtrise de l'information et des données), communication et coopération, création de contenu numérique et résolution de problèmes.



**Tanja
ANGLEITNER SAGADIN**

Director of Vocational
College of Hospitality
and Tourism Maribor

tanja.angleitner-sagadin@vsgt.si



© paolomargari.it

college hospitality programmes can be split into 40% of theoretical knowledge, 60% of practical training in specialized classrooms and 400 hours of practical training in the industry per year. With the previously mentioned closures, the whole educational approach was heavily affected as well. The project Aim Higher was therefore a very important contribution to the new, digital and hybrid way of dealing with the new situation.

Hospitality students in tertiary education – vocational colleges only spend 2 years in educational process/training. Considering the vast closures and limitations of the last 2 years, the only way to enrich their training was to offer digital solutions, previously unheard of. And since there were no digital solutions for training, the teachers were not prepared enough to create and offer them. Thus, the importance of Aim Higher project.

We nevertheless managed to bring a few activities online, including competitions. At the EURHODIP level, this was the April 2021 competition “taste2connect”. At the national level, the first such online experience included a dive into the culinary and cultural heritage and while the students needed to prepare written and video documentation, the finalists were able to meet live and present their projects including the culinary aspect.



© davit85 / Freepik

In 2021, Slovenia was the European region of gastronomy. If in January 2021 we were very hopeful in planning, majority of events were cancelled until June, including the national competition European Young Chef Award. Vocational College of Hospitality and tourism organised the national competition but as everything else, it had to be held online, with participants sending their written work, video presentation of the contribution and a photo of the final product. During the online oral defence, the judges would cross-examine the candidates on various skills, but the most important element was missing – the 5 senses: **seeing** the actual product, **hearing** the sounds of preparation, **smelling** the wonderful combination of ingredients and aromas while being combined and **tasting** the diversity of tastes and **touching** the accompanying cultural heritage products that were part of the culinary project. It wasn't the same, but it had to do, and the winner was selected who then represented Slovenia live in Portugal.

Au cours des deux dernières années, l'industrie hôtelière en Slovénie a subi un coup dur. De mars 2020 à juin 2021, le secteur hôtelier a été fermé pendant environ 10 mois. La même chose est arrivée aux écoles. Nos programmes d'accueil en école professionnelle peuvent être divisés en 40% de connaissances théoriques, 60% de formation pratique dans des salles spécialisées et 400 heures de formation pratique dans l'industrie par an. Avec les fermetures mentionnées précédemment, toute l'approche éducative a également été fortement affectée. Le projet Aim Higher a donc été une contribution très importante à la nouvelle manière numérique et hybride de faire face à la nouvelle situation.

Les étudiants en hôtellerie dans l'enseignement supérieur – les collèges professionnels ne passent que 2 ans dans le processus éducatif / formation. Face aux vastes fermetures et limitations des 2 dernières années, la seule façon d'enrichir leur formation était de proposer des solutions numériques, jusqu'alors inédites. Et comme il n'y avait pas de solutions numériques pour la formation, les enseignants n'étaient pas assez préparés pour les créer et les proposer. D'où l'importance du projet Aim Higher.

Nous avons néanmoins réussi à mettre en ligne quelques activités, dont des concours. Au niveau EURHODIP, il s'agissait du concours d'avril 2021 “taste2connect”. Au niveau national, la première expérience en ligne de ce type comprenait une plongée dans le patrimoine culinaire et culturel et alors que les étudiants devaient préparer une documentation écrite et vidéo, les finalistes ont pu se rencontrer en direct et présenter leurs projets en incluant l'aspect culinaire.

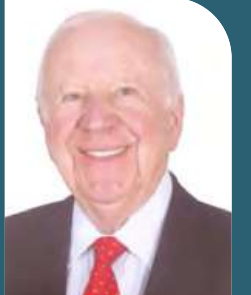
*En 2021, Slovénie était la région européenne de la gastronomie. Si en janvier 2021 nous avions beaucoup d'espoir dans la planification, la majorité des événements ont été annulés jusqu'en juin, dont le concours national European Young Chef Award. Le Collège Professionnel de l'Hôtellerie et du Tourisme a organisé le concours national mais comme tout le reste, il devait se tenir en ligne, les participants envoyant leur travail écrit, une présentation vidéo de la contribution et une photo du produit final. Lors de la soutenance orale en ligne, les juges contre-interrogeaient les candidats sur diverses compétences, mais il manquait l'élément le plus important – les 5 sens: **voir** le produit réel, **entendre** les bruits de préparation, **sentir** la merveilleuse combinaison d'ingrédients et d'arômes tout en être combinés et **goûter** la diversité des goûts et **toucher** les produits du patrimoine culturel d'accompagnement qui faisaient partie du projet culinaire. Ce n'était pas la même chose, mais il fallait le faire, et le gagnant a été sélectionné et il a ensuite représenté Slovénie en direct au Portugal.*

HOSPITALITY... WHAT THIS WORD REALLY MEANS?

HOSPITALITÉ... QU'EST-CE QUE CE MOT SIGNIFIE VRAIMENT?

We hear and read a lot about this subject. Lots of definitions and opinions are given, but as I prefer to keep things simple, I like to define it with very few words...
Hospitality is kindness towards everyone!

Nous entendons et lisons beaucoup sur ce sujet. On en donne beaucoup de définitions et d'opinions, mais comme je préfère être simple, j'aime le définir en très peu de mots:
L'hospitalité est la gentillesse envers tout le monde!



**Pierino (Peter)
GIACOMINI**

Author: The Cardboard
Suitcase (on Amazon)

Speaker & Consulting
Hotel General Manager

www.petergiacomini.com

HOW DOES ONE ACHIEVE the result of being kind and hospitable to everyone?

At age 15 the answer came to me; a person needed to travel and immerse in the life and environment different people live. I had to succeed in the world and be the best I could be at what I wanted to become. My desire was to work in Rome, Paris, London and New York. To accomplish it had to learn few principles of utmost importance. It seemed impossible to practise kindness to people who had a different lifestyle to mine while not understanding why they looked at things differently. These principles were,

1) learn their language, 2) learn their culture, 3) learn their religion, 4) learn the methodology of work and why, 5) learn the benefits which would derive from these experience, 6) learn how to overcome the challenges that would be put in the way during this times of growth.

My first experience was to travel to Rome from Northern Italy and start learning the principles above. It might sound strange to you that in my own country I had to learn most of the principles described above. Lifestyle as well as work ethics were very different in the South of the country. After having spent several years working in Europe, including England, it had become apparent to me that by practising these principle

MAIS COMMENT ÊTRE AIMABLE et accueillant pour tous?

À l'âge de 15 ans, la réponse m'est venue; j'avais besoin de voyager et de faire partie de la vie et de l'environnement de différentes personnes. Je devais réussir et être le meilleur à ce que je voulais devenir. Mon désir était de travailler à Rome, Paris, Londres et New York, mais pour y parvenir, il fallait apprendre quelques principes de la plus haute importance, puisqu'il semblait impossible d'être gentil envers des gens qui avaient des modes de vie différents du mien sans comprendre pourquoi ils voyaient les choses différemment, à savoir:

1) apprendre leur langue, 2) s'imprégner de leur culture, 3) découvrir leur religion, 4) apprendre leur méthodologie de travail et sa raison d'être 5) profiter des avantages qui découleraient de mes expériences, 6) apprendre à surmonter les défis qui surgiraient dans ce chemin de croissance personnelle.

Ma première expérience a été de voyager à Rome, depuis le nord de l'Italie, et d'y commencer l'apprentissage pratique de ces principes. Il peut vous sembler surprenant que dans mon propre pays j'ai dû d'apprendre la plupart des normes décrites ci-dessus, mais le style de vie et l'éthique du travail étaient très différents au sud.

I could adapt with certain ease to work in most places. While working in France, Germany, England and Switzerland most of these principles were quickly adopted and become my lifestyle. The most important but not so easy to master, was learning the language in a proficient way in the shortest time possible.

By the time I left Europe to Bermuda I was 26 years old and could master 5 languages, this was an advantage. Here I entered another world as the methodology of work was totally different; the American way of business and work ethics were in place. To a certain degree implied that whatever I had learned before was no longer practical or useful. The principle of kindness to everyone was the one prevailing. For the first time I had to work with many people of a different race, different colour skin and totally different work ethics.

Working in Bermuda was helpful in preparing me for the USA where life was easier in comparison to Europe. Many years were spent in America where most of the workers were foreign citizens. To be part of the team depended a lot on applying the principles I had set for me many years before. A great majority of co-workers were from Latin America and are very proud of their heritage which must always be respected.

After America came Egypt; a totally new world where the most important principals to apply were respect to culture and religion. The line employees were solely Egyptian, beautiful people and very eager to please. They are very proud of their heritage and above all their religion. One of the less useful things to do for a foreigner in a Muslim country is to talk about religion. For your benefit avoid this subject as your words can be misinterpreted and could get you into a lot of trouble.

After this experience came the Caribbean Islands and many other places. This has been a long journey lasting over 55 years and every minute created memories, even at the lowest point which inevitably happen in such a long time. Applying positive thinking, taking the necessary rest, taking care of our health and above all keeping a good attitude is what is needed to live happy and successful.

Après avoir passé plusieurs années à travailler en Europe, y compris en Angleterre, j'étais sûr qu'en suivant ces principes, je serais capable de m'adapter facilement au travail dans la plupart des pays. En fait, pendant le temps où j'ai travaillé en France, en Allemagne, en Angleterre et en Suisse, je les ai rapidement adoptés et ils sont même devenus mon style de vie. Le plus important, mais le plus difficile à atteindre, a été d'apprendre la langue, de façon compétente, le plus rapidement possible.

Pourtant, au moment où j'ai quitté l'Europe à la destination des Bermudes, j'avais 26 ans et je maîtrisais déjà 5 langues, ce qui représentait un atout très important.

Dans ces îles, je suis entré dans un autre monde où la méthodologie de travail était totalement différente; Les affaires et l'éthique du travail se faisaient "à l'américaine". À un certain point, ceci voulait dire que tout ce que j'avais appris auparavant ne semblait plus pratique ou utile. Le principe de la gentillesse envers tout le monde était celui qui prévalait. Pour la première fois, je devais travailler avec des personnes de races différentes, avec des couleurs de peau et éthiques de travail totalement différentes.

Travailler aux Bermudes m'a préparé à la vie aux Etats-Unis, laquelle s'est finalement révélée plus facile qu'en Europe. J'ai passé beaucoup d'années en Amérique où la plupart des travailleurs était étrangère. Faire partie des équipes dépendait essentiellement de l'application des principes que j'avais décidé de suivre beaucoup d'années auparavant. La grande majorité des collaborateurs étaient originaires d'Amérique latine et étaient très fiers de leur héritage qui devait toujours être respecté.

Après l'Amérique, je suis parti en Egypte; un monde totalement nouveau où les règles les plus importantes étaient le respect de la culture et de la religion. Dans la ligne il n'y avait que des employés égyptiens, de très belles personnes et très désireuses de plaire. Les égyptiens sont très fiers de leur héritage et surtout de leur religion. S'il y a quelque chose qui n'aura aucune utilité pour un étranger dans un pays Musulman c'est de parler de religion. Il s'agit d'un sujet à éviter, puisque, ayant la chance d'être mal interprété, vous pourrez subir beaucoup d'ennuis.

Après cette expérience je suis parti aux Caraïbes et encore dans beaucoup d'autres destinations. Ça a été un long voyage de plus de 55 ans dont chaque minute a créé des souvenirs mémorables, même dans les moments les plus difficiles qui arrivent toujours dans des séjours si longs à l'étranger.

Penser positivement, se reposer quand on a besoin, prendre soin de sa santé et surtout garder une bonne attitude, c'est tout ce qu'il faut pour vivre heureusement et réussir professionnellement.



- ★ 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 Certification 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.

WHAT ARE THE BENEFITS OF THE NEW EURHOQUAL CERTIFICATION AND QUALITY LABELS?

For schools, either members or non-members of EURHODIP:

- Improve their reputation among students, families, and employers.
- Improve programs through regular evaluation that identifies malfunctions, finds solutions, updates content and methods, and thus improves training effectiveness.
- Optimize the overall organization of the School.
- Show EURHOQUAL Quality Certification on all their communication tools.

For training Restaurant and Hotels integrated with schools or partners:

- Valuing the infrastructure and equipment that contribute to the training of students and trainees,
- To attest to the high qualification level of staff in their role as teachers, educators, and trainers.
- Confirm the value of teaching professional realities in an appropriate quality setting and the real situation of students and trainees.

For Qualifications issued by EURHODIP

- To attest to the high level of professional skills acquired.
- Validate the proper organization of exams and the process of awarding diplomas.
- To attest to the quality of the teaching staff.

HOW DO I GET EURHOQUAL CERTIFICATION AND QUALITY LABELS?

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.



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?

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.

THE FUTURE HAS ARRIVED: HYPER-PERSONALIZATION

LE FUTUR EST ARRIVÉ: HYPER-PERSONNALISATION

THE PANDEMIC PERIOD we have been experiencing since 2020 has brought profound changes to traditional business models. The Tourism sector, and Hospitality in particular, were no exceptions. The constant search for data that allows, from the point of view of supply, to be able to offer guests the smallest detail is today a new reality. However, this trend called hyper-personalization is only possible through qualified and focused human resources - because, despite the fact that we are facing an increasingly digitized sector, people continue to be a key factor in the art of hospitality.

Every day the world is transformed and knowledge is updated. Whether through science, more technical areas or simply through the needs that arise from the human being, new products and services are launched with the aim of facilitating people's daily lives.

Today we are in an era of ease, while consumers demand an authentic and differentiated experience. As such, the hotel industry must be able to build a strong and personalized customer experience tailored to the type of profile and according to the needs of each guest, conveying the perception that the service provided is unique and individual.

In this sense, it is essential to record, map and track as many interactions as possible, related to guests' tastes and needs, so that they can be segmented and monitored in detail, and subsequently used in favor of maximizing sales and loyalty. Naturally, in order to reach a level of excellence in the provision of services to guests, it is also necessary to acquire in-depth knowledge in terms of behavior. In other words, investment in data and human resources linked to Data Science that handle these same data is essential.

LA PÉRIODE PANÉMIQUE que nous vivons depuis 2020 a apporté de profonds changements aux modèles économiques traditionnels. Le secteur du tourisme, et de l'hôtellerie en particulier, n'a pas fait exception. La recherche constante de données qui permet, du point de vue de l'offre, de pouvoir offrir aux clients le moindre détail est aujourd'hui une nouvelle réalité. Cependant, cette tendance appelée hyper-personnalisation n'est possible que grâce à des ressources humaines qualifiées et ciblées - car, malgré le fait que nous soyons confrontés à un secteur de plus en plus numérisé, les personnes continuent d'être un facteur clé dans l'art de recevoir.

Chaque jour, le monde se transforme et les connaissances sont mises à jour. Que ce soit par la science, des domaines plus techniques ou simplement par les besoins qui naissent de l'être humain, de nouveaux produits et services sont lancés dans le but de faciliter le quotidien des gens.

Nous sommes aujourd'hui dans une ère de facilité, alors que les consommateurs exigent une expérience authentique et différenciée. A ce titre, l'industrie hôtelière doit être en mesure de construire une expérience client forte et personnalisée, adaptée au type de profil et selon les besoins de chaque client, véhiculant la perception que le service fourni est unique et individuel.

En ce sens, il est essentiel d'enregistrer, de cartographier et de suivre un maximum d'interactions, liées aux goûts et aux besoins des clients, afin qu'elles puissent être segmentées et suivies en détail, puis utilisées en faveur de la maximisation des ventes et de la fidélité. Naturellement, pour atteindre un niveau d'excellence dans la prestation de services aux clients, il est également nécessaire d'acquérir des connais-



For this reason, hotel growth towards highly personalized customer support must be strategically planned, as it requires investment in technology and qualified personnel. On the other hand, it is also necessary to adapt the training strategy so that future hotelier leaders are an active part of the guest experience, being professionally recognized for this. The commitment to training and recognition is essential to obtain the desired quality when delivering the services provided.

The future has arrived. It is time for hotel companies and their teams to adapt to new market trends and new business models, so that they can achieve higher levels of tourist performance than ever before. People, these, will continue to be the focus of this new future.

ABOUT HOST HOTEL SYSTEMS

Host Hotel Systems was founded in 1994, em Torres Vedras (Portugal), with the mission of developing integrated and innovative solutions exclusively dedicated to the hotel sector. Its main product is a cloud platform for hotel management that concentrates several systems, modules and features, adaptable according to the needs and size of the hotel. Currently, it is present in more than 1800 customers in 12 countries.

Contacts

João Freitas

Director of Growth & Partnerships

Directeur Croissance & Partenariats

(+351) 969 417 971

joao.freitas@hostpms.com

sances approfondies en matière de comportement. En d'autres termes, l'investissement dans les données et les ressources humaines liées à la Data Science qui manipulent ces mêmes données est essentiel.

Pour cette raison, la croissance des hôtels vers un service client hautement personnalisé doit être stratégiquement planifiée, car elle nécessite des investissements dans la technologie et du personnel qualifié. D'autre part, il est également nécessaire d'adapter la stratégie de formation afin que les futurs dirigeants hôteliers participent activement à l'expérience client, en étant professionnellement reconnus pour cela. L'engagement envers la formation et la reconnaissance est essentiel pour obtenir la qualité souhaitée lors de la prestation des services fournis.

Le futur est arrivé. Il est temps pour les entreprises hôtelières et leurs équipes de s'adapter aux nouvelles tendances du marché et aux nouveaux modèles économiques, afin d'atteindre des niveaux de performance touristique plus élevés que jamais. Les gens, ceux-là, continueront d'être au centre de ce nouvel avenir.

À PROPOS DE HOST HOTEL SYSTEMS

Host Hotel Systems a été fondée en 1994, à Torres Vedras (Portugal), avec pour mission de développer des solutions intégrées et innovantes exclusivement dédiées au secteur hôtelier. Son produit principal est une plateforme cloud de gestion hôtelière qui concentre plusieurs systèmes, modules et fonctionnalités, adaptables selon les besoins et la taille de l'hôtel. Actuellement, il est présent chez plus de 1800 clients dans 12 pays.

EURHODIP RENCONTRE LE CONSEIL D'ADMINISTRATION DE TURDEK EN TURQUIE

It was emphasized that vocational training is an important driving force in order to train the qualified manpower needed by the tourism industry globally. Several speakers voiced that the next generation of students are more demanding and that our curriculums should embed these demands and change the traditional methods, curriculums and programs in tourism and hospitality. Vice President of Eurhodip Dr. Nafiya Guden raised awareness of recent activities, programs and competitions of Eurhodip member schools and how these changes are meeting the demands of not only the students but also the sector. Professors and research specialists in Turkey, who has been known to be some of the best researchers in tourism and hospitality in the world, and Turkey as a destination which is known to be a successful tourism destination despite the negative impacts of the Covid-19 pandemic were keen to learn more about Eurhodip and possibly work in more collaboration.

Il a été souligné que la formation professionnelle est une force motrice importante pour former la main-d'œuvre qualifiée dont l'industrie du tourisme a besoin au niveau mondial. Plusieurs intervenants ont fait remarquer que la prochaine génération d'étudiants est plus exigeante et que nos programmes d'études doivent intégrer ces demandes et changer les méthodes, les programmes d'études et les programmes traditionnels dans le domaine du tourisme et de l'hôtellerie. La vice-présidente d'Eurhodip, le Dr. Nafiya Guden, a attiré l'attention sur les activités, programmes et concours récents des écoles membres d'Eurhodip et sur la manière dont ces changements répondent aux exigences non seulement des étudiants mais aussi du secteur. Les professeurs et les spécialistes de la recherche en Turquie, qui sont connus pour être parmi les meilleurs chercheurs au monde dans le domaine du tourisme et de l'hôtellerie, et la Turquie en tant que destination touristique réputée malgré les impacts négatifs de la pandémie de Covid-19, étaient désireux d'en savoir plus sur Eurhodip et de travailler éventuellement en collaboration.

AVEC NOTRE TRISTESSE
ET NOTRE SOUVENIR



Tous les membres d'Eurhodip adressent leurs très sincères condoléances à son époux, Monsieur Alain Sebban, à ses enfants Karine et Dov et ses petits-enfants Julia, Salomé, Eva, Dan et Lily.

All members of Eurhodip send their most sincere condolences to her husband, Mr. Alain Sebban, her children Karine and Dov and her grandchildren Julia, Salomé, Eva, Dan, and Lily.



WORLD HOSPITALITY STUDENT CHAMPIONSHIP

Hosted by HTMi. Saudi Arabia in Riyadh 23rd - 25th November 2022



CHAMPIONNAT DU MONDE DES ÉTUDIANTS EN HÔTELLERIE

Hébergé par HTMi. Arabie Saoudite à Riyad du 23 au 25 Novembre 2022

“Following HTMi-Saudi Arabia’s vision to become a leading name in hospitality training industry on both local and international levels through working with international colleagues, and achieving international impact, which is essential for achieving HTMi-Saudi Arabia’s mission of service to the nation and the world.”

HTMi. Saudi Arabia have seen students’ global engagement as a primary vehicle for building students’ global competence after participating in different world class students’ competitions in different countries such as Portugal and Switzerland, where our students have shown their desire to learn and compete internationally.

We at HTMi-Saudi Arabia believe that very few opportunities in the average student’s life provide such exposures. Competitions provide a realistic outlook towards the competitive nature of real life in such a short span of time. During competitions, students go through a series of brainstorming sessions, rapid problem-solving sequences and experience a totally diverse form of learning and they will be able to use their academic knowledge and creativity to their optimum level.

HTMi. Saudi Arabia together with HTMi. Switzerland have discussed and studied World Hospitality Student Championship’s related values and objectives and have decided to announce the initiative to hold the 2022 WHSC in Riyadh Saudi Arabia which will be

“Selon sa vision, HTM i. Arabie Saoudite doit devenir un nom de premier plan dans l’industrie de la formation hôtelière, aux niveaux local et international, en travaillant avec des partenaires internationaux et en obtenant une reconnaissance internationale, condition essentielle pour réaliser sa mission de service sur le plan national comme international.”

HTMi. Arabie Saoudite perçoit l’engagement mondial de ses étudiants comme le principal moyen de renforcer leurs compétences internationales après avoir participé à différentes compétitions d’étudiants, de classe mondiale et dans différents pays tels que le Portugal et la Suisse, là où les étudiants démontrent leur désir d’apprendre et de concourir à l’échelle internationale.

A HTMi. Arabie Saoudite, nous pensons que très peu d’opportunités dans la vie d’un étudiant normal offrent de telles expériences. Les compétitions offrent, en un minimum de temps, une expérience compétitive réelle. Pendant les compétitions, les étudiants passent par une série de séances de brainstorming, de séquences de résolution de problèmes rapides et découvrent une manière d’apprendre totalement différente dans laquelle ils peuvent utiliser leurs connaissances académiques et leur créativité à leur plus haut niveau.

HTMi. Arabie Saoudite, avec HTMi Suisse, a débattu et étudié les valeurs et les objectifs d’un Championnat du Monde des Étudiants en Hôtellerie (WHSC). Il a donc

hosted by the HTMi. Saudi Arabia within its prestigious facilities.

This championship will achieve two of our main strategic goals, it enriches our students’ perception for intercultural aspects and expose them to more experiences in international hospitality standards that represent an irreplaceable factor of self-education, mutual tolerance and for learning about the differences with others worldwide.

On the other hand, having participants from different places, different countries visiting Saudi Arabia will also fulfill one of HTMi-Saudi Arabia’s main goals of presenting Saudi hospitality and unique heritage & traditions as it is becoming a first-class tourism destination.

The HTMi World Hospitality Student Championship has four key objectives:

1. To develop and showcase the talent that exists amongst the students of HTMi and its partner institutions globally.
2. The Championship represents an opportunity for all participants to develop high level training skills and experience a high-pressure industry standard competition.
3. To utilize the Championship to raise the profile of all schools participating and the abilities of all students. This can then assist in having a positive influence on the CV and brand profiles of all participants.
4. The championships are designed to increase collaboration with industry partners. Through having such partners involved in the various judging panels it can serve to strengthen existing connections and initiate new ones.

INSTITUTION STUDENT SELECTION:

Each institution will be responsible for the selection of their students to participate in the HTMi World Hospitality Student Championship. Each institution must have their own internal competitions to select participants for the world championship. Each Institution must enter a minimum of 4 categories among the available 7 categories as given below.

1. Front Office Competition
2. Housekeeping Competition
3. Mocktail Competition
4. Culinary Competition
5. Pastry Competition
6. Showmanship Competition
7. Barista Competition

été décidé d’annoncer l’organisation du WHSC 2022 à Riyad, en Arabie Saoudite, au sein des installations prestigieuses de HTMi. Arabie Saoudite

Ce championnat permettra d’atteindre deux de nos principaux objectifs stratégiques : enrichir la perception de nos étudiants sur les aspects interculturels et les exposer à plus d’expériences dans le cadre de normes internationales de l’hospitalité, représentant ainsi un facteur irremplaçable d’auto-éducation, de tolérance mutuelle et d’apprentissage des différences avec les autres du monde entier.

D’autre part, avoir des participants de différentes origines et de différents pays visitant l’Arabie Saoudite comblera également un autre principal objectif de HTMi. Arabie Saoudite: présenter l’hospitalité saoudienne, son patrimoine et ses traditions uniques, car l’Arabie Saoudite devient une destination touristique de première classe.

Le Championnat du Monde des Étudiants en Hôtellerie a quatre objectifs principaux :

1. Développer et mettre en valeur le talent qui existe parmi les étudiants HTMi et ses institutions partenaires dans le monde.
2. Représenter une opportunité pour tous les participants de développer des compétences d’entraînement de haut niveau et de faire l’expérience d’une compétition à haute pression standard de l’industrie.
3. Utiliser le championnat pour rehausser le profil de toutes les écoles participantes et les compétences de tous leurs élèves. Cela peut aider à avoir une influence positive sur le CV et le profil de tous les participants.
4. Améliorer la collaboration avec les partenaires de l’industrie. L’implication de ces partenaires dans les différents jurys peut servir à renforcer les liens existants et en initier de nouveaux.

SÉLECTION DES ÉTUDIANTS:

Chaque établissement est responsable de la sélection de ses étudiants pour participer au Championnat Mondial des Étudiants en Hôtellerie. Chaque établissement doit avoir ses propres règles internes pour sélectionner les participants au championnat du monde. Il doit inscrire des étudiants dans un minimum de 4 catégories parmi les 7 catégories disponibles, comme indiqué ci-dessous.

1. Concours Front Office
2. Concours Housekeeping
3. Concours de Cocktails sans alcool
4. Concours de Cuisine
5. Concours de Pâtisserie
6. Concours de Présentation
7. Concours de préparation du café





C'était le moment de souhaiter bonne chance à la nouvelle équipe, étant certains que chacun d'entre eux veut faire la différence dans un monde qui exige diversité et individualité afin de préparer les étudiants d'aujourd'hui à être les leaders ("les dirigeants") de demain et des Game Changers!





WEDNESDAY

9th November

- 16:00 - 19:00 Check In at Hotels & Registration
- 17:00 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



Updated information
at eurhodip2022.com

THURSDAY

10th November

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

FRIDAY

11th November

ANNUAL CONFERENCE NOW. TIME TO BE OUTSTANDING!

- 09:00 - 09:30 Welcome & Registration | Convento do Espinheiro Hotel – D. Vasco Room
- 9:30 **Plenary session**
- Opening Panel**
- 10:00 - 11:00 **Round Table 1** HOW TO BE OUTSTANDING TODAY?
- Moderator
- | | |
|------------------|---|
| Guilhame Gracia | Former EURHODIP Coordinator |
| Linda Pereira | CEO of the L&I Communications Group |
| Carlos Fernandes | Professor at Polytechnique Institut of Viana do Castelo |
- (Hotelier to be designated)
- 11:00 - 11:15 Special guest speaker
- Ana Paula Pais President of European Association of Hotel and Tourisme Schools (AEHT)
- 11:15 - 11:30 Coffee break



11:30 - 12:30 **Round Table 2** HOW TO RETAIN TALENT?

Moderator

- | | |
|---------------------------|---------------------------------------|
| Marta Sotto-Mayor | Best Professional Trainer Career 2021 |
| Frederico Costa | CEO Pestana Pousadas Group |
| Gonçalo Rebelo de Almeida | CEO Vila Galé Hotels |
- (Hotelier to be designated)

12:30 Closing Morning Plenary – Lunch | Lagar Room

14:00 - 15:00 **Round Table 3** QUALITY AS A SOLUTION

Moderator

- | | |
|-------------|--|
| Ana Beatriz | CEO & New Business Manager da ABC Sustainable Luxury |
|-------------|--|
- (To be designated)

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

- | | |
|-----------------|-----------------------------|
| Peter Giacomini | Consultor & General Manager |
|-----------------|-----------------------------|

15:15 - 15:30 Coffee break

15:30 - 16:30 **Round Table 4** SUSTAINABILITY AS DNA

Moderator

- | | |
|-----------------|---|
| Roberto Antunes | Executive Director NEST (Network Evolution for Sustainable Tourism) |
|-----------------|---|
- (To be designated)

16:30 - 16:45 Closing Panel

17:30 - 20:00 Departure from 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



MERCREDI

9 novembre

- 16:00 - 19:00 Enregistrement dans les hôtels
- 17:00 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

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

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

Séance plénière

9:30 **Panel d'ouverture**

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

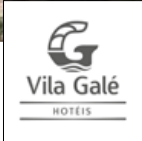
Modérateur

- Guilhame Gracia *Ancien coordinateur EURHODIP*
- Linda Pereira *CEO of the L&I Communications Group*
- Carlos Fernandes *Professeur à l'Institut Polytechnique de Viana do Castelo*
(*Hôtelier à designer*)

- 11:00 - 11:15 *Conférencier invité spécial*

Ana Paula Pais *Présidente de l'Association 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 *Meilleure carrière de formateur professionnel 2021*
- Frederico Costa *CEO Pestana Pousadas Group*
- Gonçalo Rebelo de Almeida *CEO Vila Galé Hotels*
(*Hôtelier à designer*)

- 12:30 Clôture Plénière du Matin – Déjeuner | Lagar Room

- 14:00 - 15:00 **Table ronde 3 LA QUALITÉ COMME SOLUTION**

Modératrice

- Ana Beatriz *CEO & New Business Manager da ABC Sustainable Luxury*
(*Être désigné*)

- 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 DURABILITE COMME ADN**

Moderateur

- Roberto Antunes *Executive Director NEST (Network Evolution for Sustainable Tourism)*
(*Être désigné*)

- 16:30 - 16:45 Panneau de Clôture

- 17:30 - 20:00 Départ des hôtels vers la 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



Technology to empower
your hotel business



175000+

Rooms with Host
Hotel Systems

1800+

Hotels that already
trust on us

400+

Integrations
with the Host

30+

Academic institutions
that count on us



www.hostpms.com

sales@hostpms.com

EURHODIP CONFERENCES TOPICS 2008-2021

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

Back to the roots
Retour aux sources

2014 JULY
VILNIUS
LITHUANIA

Niche tourism and education
*Tourisme de niche
et enseignement*

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



2021 NOVEMBER
LEEUWARDEN
THE NETHERLANDS

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



Let's prepare the tomorrow hoteliers leaders.

Get in touch!

TURISMO DE
PORTUGAL



**29th EURHODIP
CONFERENCE
Évora | Portugal
9-13 Nov 2022**

**NOW. TIME TO
BE OUTSTANDING!**

**MAINTENANT.
IL EST TEMPS
D'ÊTRE
EXCEPTIONNEL!**



TURISMO DE
PORTUGAL  **escolas**

ÉVORA
Câmara Municipal

Host
HOTEL SYSTEMS

EPRAL
ESCOLA PROFISSIONAL DA REGIÃO ALENTEJO


Vila Galé
HOTÉIS


CONVENTO DO
ESPINHEIRO
HOTEL & SPA
ÉVORA


FITAPRETA
VINHOS