

magazine

eurhodip

AUTUMN | WINTER 2023

www.eurhodip.com



NEWS FROM MEMBERS

- DEVELOPING SUSTAINABLE HOSPITALITY FOR THE ASEAN REGION
- SUSTAINABILITY: THE WAY FORWARD FOR THE FOOD AND WINE INDUSTRY

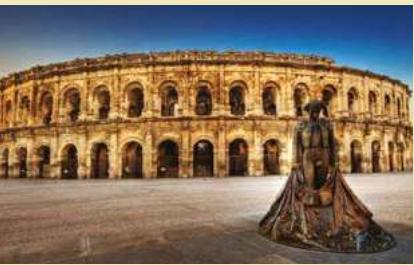
FOCUS

- 30TH CONFERENCE
FAMAGUSTA - NORTH CYPRUS



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 millénaire

**2000 NOVEMBER
SEVILLE
SPAIN**

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

**2001 NOVEMBER
VENICE
ITALY**

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



**2002 MAY
MAASTRICHT
NETHERLANDS**

Hospitality Management in Europe: moving into a new dimension
La gestion de l'hôtellerie en Europe



**2003 JULY
MOSCOW
RUSSIA**

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

**2004 JULY
NAMUR
BELGIUM**

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

**2005 NOVEMBER
MADRID
SPAIN**

The Pleasure to serve
Le Plaisir de servir

**2006 JULY
BORDEAUX
FRANCE**

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



**2007 JULY
LONDON
UNITED KINGDOM**

Profit through Productivity
L'avantage de la productivité!

PRESIDENT'S NOTE NOTE DU PRÉSIDENT



Sustainability and innovation in tourism and gastronomy. A great challenge!

Durabilité et innovation dans le tourisme et dans la gastronomie. Un beau défi!

WITH 2023 ALMOST OVER, it's now time for the Autumn/Winter edition of EURHODIP Magazine. The magazine you are holding in your hands, distributed during the Annual Conference in Famagusta – Northern Cyprus, celebrates its thirtieth edition, and it is an issue that honours us all. Over the years, many topics have been covered and many experts have used these pages to share their knowledge, thus contributing to the Association's notoriety as a unique institution on the international tourism education scene. I congratulate all those who, over the years, have done their best to bring us to the place where we are today.

The theme of our 2023 EURHODIP conference, "Sustainability and innovation in tourism and gastronomy", is relevant and "in vogue" because all of us, professionals and students working and studying Tourism understand the need to (re)think tourism to make it an activity which is less damaging to our planet.

The correct use of environmental resources, the respect for the socio-cultural authenticity of communities and the pursuit of economic activities that are viable in the long term are some of the pillars we need to use to build a more sustainable tourism.

In 2015, the United Nations approved the 2030 Agenda. This document establishes 17 Sustainable Development Goals (SDGs), and Tourism has contributed directly and indirectly to the design of all of these SDGs. Tourism experts and academics working on these goals have been especially vocal during the creation of the 8th goal (sustainable economic growth), 12th goal (sustainable consumption and production) and the 14th (sustainable use of oceans and marine resources).

'ÉDITION AUTOMNE/HIVER du magazine EURHODIP arrive pour couronner l'année 2023. Le magazine que vous tenez entre vos mains, distribué lors de la Conférence Annuelle à Famagouste – Chypre du Nord, évènement qui célèbre sa trentième édition, est un numéro qui nous honore tous. Au fil des ans, de nombreux sujets ont été abordés et de nombreux experts ont utilisé ces pages pour partager leur savoir, contribuant ainsi à la notoriété de l'Association en tant qu'institution unique sur la scène internationale de l'éducation pour le secteur du tourisme. Je félicite tous ceux qui, au fil des ans, ont fait de leur mieux pour nous amener là où nous sommes aujourd'hui.

Le thème de notre conférence EURHODIP 2023, "Durabilité et innovation dans le tourisme et la gastronomie", est pertinent et à la mode car nous, professionnels et étudiants du secteur du tourisme, comprenons la nécessité de (re)penser le tourisme pour en faire une activité moins nuisible à l'environnement de notre planète.

L'utilisation correcte des ressources environnementales, le respect de l'authenticité socio-culturelle des communautés et la poursuite d'activités économiques viables à long terme sont certains des piliers que nous devons utiliser pour construire un tourisme plus durable.

En 2015, les Nations Unies ont approuvé l'Agenda 2030. Ce document établit 17 objectifs de développement durable (ODD), et le tourisme a contribué directement et indirectement à la conception de tous ces ODD. Les experts du tourisme et les universitaires travaillant sur ces objectifs se sont particulièrement exprimés lors de la création du 8e objectif (croissance économique durable), du 12e objectif (consommation et production

In Europe, at the end of 2019, the European Green Deal marked an important step forward in the Union's transformation into a modern, more efficient and competitive economy in terms of resources management. The Pact's action plan emphasises the importance of everyone's involvement, including those working in the tourism sector.

At EURHODIP level, during the last academic year, we launched the project "6 months, 6 causes for sustainable development", which allowed our member schools to work on 6 selected points of the 17 SDG objectives. For this academic year, and in line with our Annual Conference's theme, we are once again bringing sustainability and innovation in tourism and gastronomy into our studies, and into our work.

Before the COVID-19 pandemic, gastronomic tourism was a fast-growing segment that was progressively attracting the attention of marketing experts from all over the world, both at a national and local level, but also from food and beverage companies and businesses operating in the tourism sector.

The term gastronomic tourism is not new, and it has coexisted with other definitions, which has caused some confusion. In our sector and beyond it is common to find the terms such as: culinary tourism, food tourism, gastronomy tourism, are being used interchangeably, although we think the most comprehensive and more correct term is Food Tourism.

Exploring the pleasures of hedonistic eating has always been associated with leisure time and, as a result, with travelling. However, the very concept of gastronomic tourism has evolved. While in essence it consisted only of providing tourists with an unrivalled experience using each and every one's senses and thus creating a connection to the region or country visited that would last in the memory. Nonetheless, today it has become essential to be able to add value to this experience enhancing the quality of the products and services used, and through the integration of food consumption with other entertainment activities that position food as one of the pillars of cultural heritage and regional identity, enhancing its relationship with society through the concept of the value chain.

The creation of this value chain starts in the primary sector, since agriculture and fishing are the basic suppliers of culinary ingredients. The existence of authentic and diversified food resources combined with a unique traditional recipe not only enhances the visitors' experience but can also convince them to extend their stay.

Several challenges need to be overcome today, including the need to establish consistent partnerships between local producers and catering service providers,

durables) et du 14e objectif (utilisation durable des océans et des ressources marines).

En Europe, à la fin de l'année 2019, le Pacte Vert européen a aussi marqué une étape importante dans la transformation socioéconomique de l'Union, ce document a établi les bases pour une économie moderne, plus efficace et plus compétitive en matière de gestion des ressources. De plus, le plan d'action du Pacte met l'accent sur l'importance de l'implication de tous, y compris ceux travaillant dans le secteur du tourisme.

Au niveau d'EURHODIP, au cours de la dernière année académique, nous avons lancé le projet «6 mois, 6 causes pour le développement durable». Ce plan a permis à nos écoles membres de travailler sur 6 points sélectionnés parmi les 17 objectifs de développement durable. Pour cette année scolaire, et en accord avec le thème de notre Conférence Annuelle, nos recherches et nos articles se penchent à nouveau sur les questions liées à la durabilité et à l'innovation pour le secteur du tourisme et pour la gastronomie.

Avant la pandémie de COVID-19, le tourisme gastronomique était un segment en pleine croissance rapide et qui attirait l'attention des experts en marketing du monde entier, tant au niveau national que local, mais aussi des restaurants et des entreprises opérant dans le secteur du tourisme.

Le terme "tourisme gastronomique" n'est pas nouveau, et il coexistait avec d'autres définitions, ce qui a créé une certaine confusion. Dans notre secteur et au-delà, il est courant de trouver des termes tels que "tourisme culinaire", "tourisme alimentaire" et "tourisme gastronomique" utilisés de manière interchangeable. Cependant, nous considérons que le terme le plus complet et le plus correct soit "tourisme alimentaire".

Explorer les plaisirs de la gastronomie a toujours été associé au temps libre et, par conséquent, aux voyages. Pourtant, le concept même du tourisme gastronomique a évolué. Alors qu'il consistait essentiellement à offrir aux touristes une expérience inégalee en utilisant tous leurs sens et en créant ainsi un lien avec la région ou le pays visité qui resterait dans leur mémoire. Néanmoins, aujourd'hui il est devenu essentiel de pouvoir ajouter de la valeur à cette expérience. Pour cela il faut améliorer la qualité des produits et services utilisés et intégrer la consommation alimentaire dans un package auquel on ajoute d'autres activités de divertissement. La nourriture est donc placée comme l'un des piliers du patrimoine culturel et de l'identité régionale, renforçant ainsi sa relation avec la société à travers le concept de la chaîne de valeur.

La création de cette chaîne de valeur commence dans le secteur primaire, car l'agriculture et la pêche

this will help facilitate the successful development of gastronomic tourism and provide significant socio-cultural and economic benefits for the communities. The multiplier effects of these partnerships will serve to boost the regional economies.

The gastronomic perception of a destination is increasingly an influential factor in visitors' decision-making for their holiday experience. For many tourists, eating out on holiday is an immersion in the local food heritage, an event comparable to any other memorable experience and as such highly valued. On the other hand, opting for local experiences helps combat the unnatural homogenisation that fast food restaurants bring. However, for others, the normalisation of the gastronomic landscape is attractive because it means an inexpensive way to eat, one that is also predictable and safe everywhere. In fact, many seek the familiar and comfortable choice on holiday, they like to eat what they are used to. This allows for a more global "flavour" that has been the main drive behind the spread of global catering.

Globalisation has also meant that seasonal food is now sold all year round, with an apparent dissociation between food, place and time of the year.

The response to this phenomenon drove some experts to (re)think and repurpose gastronomy and food as a source of national pride and economic development.

Gastronomic experiences for tourists must be developed from the perspective of their uniqueness, a "savoir-faire" that can only be found in that specific place. As such, food and gastronomy have a unique importance for inland territories and they have a valuable contribution to give for the development of local economies.

Recognising gastronomy as a development tool is an interesting starting point for promoting public policies and other activities aimed at enhancing food products and creating work and wealth.

I am convinced that our conference will help us understand and find solutions to all these issues.



Paulo Revés

President | Président

sont les principaux fournisseurs d'ingrédients culinaires. L'existence de ressources alimentaires authentiques et diversifiées combinée à une recette traditionnelle unique non seulement améliorent l'expérience des visiteurs, mais peuvent également les convaincre de prolonger leur séjour.

Plusieurs défis doivent être relevés aujourd'hui, notamment la nécessité d'établir des partenariats cohérents entre les producteurs locaux et les prestataires de services de restauration, ce qui aidera à faciliter le développement réussi du tourisme gastronomique et à offrir d'importants avantages socio-culturels et économiques aux communautés. Les effets multiplicateurs de ces partenariats serviront de catalyseur pour les économies régionales.

La perception gastronomique d'une destination est de plus en plus un facteur influent dans la choix des destinations de vacances. Pour de nombreux touristes, manger à l'extérieur en vacances est une immersion dans le patrimoine culinaire local, un événement comparable à toute autre expérience mémorable et donc très apprécié. D'un autre côté, opter pour des expériences locales contribue à lutter contre l'homogénéisation artificielle que les restaurants de fast-food apportent. Cependant, pour d'autres, la normalisation du paysage gastronomique est attrayante car elle représente un moyen peu coûteux de manger, prévisible et sûr partout. En fait, beaucoup cherchent la familiarité et le confort en vacances, ils aiment manger ce à quoi ils sont habitués. Ce choix en faveur d'une "saveur" plus globale a été le principal moteur de la diffusion de la restauration internationale.

La mondialisation a également signifié que les produits saisonniers sont désormais vendus toute l'année, avec une dissociation apparente entre la nourriture, le lieu et la période de l'année.

La réponse à ce phénomène a poussé certains experts à (re)penser et à réorienter la gastronomie et l'alimentation comme une source de fierté nationale et aussi de possibilité de développement économique. Les expériences gastronomiques pour les touristes doivent être développées en tenant compte de leur caractère unique d'un "savoir-faire" qui ne peut être trouvé qu'à cet endroit spécifique. En tant que tel, la nourriture et la gastronomie revêtent une importance particulière pour les territoires intérieurs, et elles ont une contribution précieuse à apporter au développement des économies locales. Reconnaître la gastronomie comme un outil de développement est un point de départ intéressant pour promouvoir des politiques publiques et d'autres activités visant à améliorer les produits alimentaires et à créer du travail et de la richesse. De plus, je suis convaincu que notre conférence nous aidera à comprendre et à trouver des hypothèses pour toutes ces questions.



- ★ European Diploma of Hotel, Culinary Arts & Catering (level EQF 5)
- ★ European Bachelor of Hospitality & Tourism Management (level EQF 6)
- ★ European MBA of 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!



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

Administrative Secretariat
Secrétariat Administratif
 Turismo de Portugal, I.P.
 – Direção de Formação
 Departamento de Dinamização
 Escolar e 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

Translation | *Traduction*
 Mário Soares
 Turismo de Portugal, I.P.

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

Design and printing
Conception et impression
 Nastintas | Design & Comunicação

Edition | *Édition*
 2023 October Octobre

Printing | *Tirage*
 500 units unités

Image credits | *Crédits photos*
Cover:
 © Toshket / Adobe Stock

Back cover:
 © Mouhamed Nourdine / Adobe Stock
Tunis conference logo draw lines:
 © Color Maker / Shutterstock

Others attributed on the page
 or from Eurhodip members
 and partners.

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

NEW CANDIDATE MEMBERS 06 NOUVEAUX MEMBRES CANDIDATS

EURHODIP NEWS 07 EURHODIP ACTUALITÉS

COOTHM'S GRAND CULINARY SHOW STEALS THE SPOTLIGHT AT THE 11TH WEXNET EXHIBITION BY TDAP LORS DE LA 11^{ÈME} EXPOSITION WEXNET, COOTHM VOLE LA VEDETTE AVEC UN SPECTACLE CULINAIRE ÉPATANT

CELEBRATING 30 YEARS OF EURHODIP CONFERENCES 08 CÉLÉBRER 30 ANS D'EURHODIP CONFÉRENCES

NEWS FROM OUR MEMBERS 10 DES NOUVELLES DE NOS MEMBRES

DEVELOPING SUSTAINABLE HOSPITALITY FOR THE ASEAN REGION 10 DÉVELOPPER UNE HOSPITALITÉ DURABLE POUR LA RÉGION DE L'ASEAN Robert McKenzie

FARM-TO-TABLE MOVEMENT IN SAUDI ARABIA 13 MOUVEMENT DE LA FERME À LA TABLE EN ARABIE SAOUDITE

SUSTAINABILITY: THE WAY FORWARD FOR THE FOOD AND WINE INDUSTRY 16 DURABILITÉ: LA VOIE À SUIVRE POUR L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE ET VITICOLE Julia Clare Templeman

EURHODIP CREATIVE STUDENT COMPETITIONS 20 EURHODIP 2023 CONCOURS DE L'ENSEIGNANT CREATIF

VET4FOOD – SUSTAINABILITY OF FOOD SYSTEMS 22 VET4FOOD – LA DURABILITÉ DES SYSTÈMES ALIMENTAIRES Ana Cláudia Fernandes

VATEL SWITZERLAND: THE PATH TO A MORE ENVIRONMENTALLY FRIENDLY HOTEL INDUSTRY 26 VATEL SWITZERLAND: LE PARCOURS VERS UNE HÔTELLERIE PLUS RESPECTUEUSE DE L'ENVIRONNEMENT Löic Marclay, Rahel Meer, Chloe Perfect & Constanza Ribi

CONFERENCE 2023 FAMAGUSTA – NORTH CYPRUS 31 CONFÉRENCE 2023 FAMAGOUSTE – NORD DE CHYPRE

SUSTAINABILITY AND INNOVATION IN TOURISM AND GASTRONOMY DURABILITÉ ET INNOVATION POUR LE TOURISME ET GASTRONOMIE

PROGRAM

THE ORGANIZER TEAM L'EQUIPE ORGANISATRICE

32

34 PROGRAMME

36 L'EQUIPE ORGANISATRICE

NEW CANDIDATE MEMBERS

NOUVEAUX MEMBRES CANDIDATS

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

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



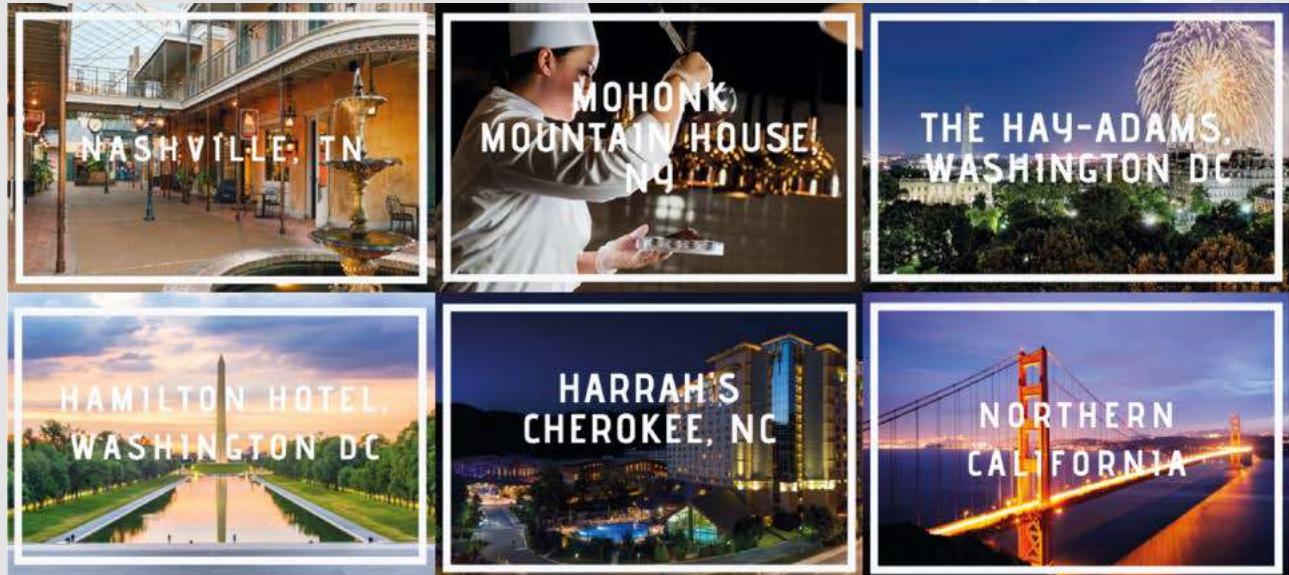
United Kingdom
www.yummyjobs.com

Yummy Jobs Ltd is an international recruitment company that specializes in Summer Jobs in the USA in the Hospitality industry, the best Hospitality Internships in the USA and Study Hospitality opportunities in Switzerland. Yummy Jobs Ltd was founded in the year 2000 and has developed many successful partnerships that allow our participants unique opportunities to experience new cultures and increase their employability at the same time.

One thing that all our partners have in common is that they share Yummy Jobs' passion and vision for training, personal development and cultural exchange. It is extremely rewarding to watch how much our Participants enhance the Teams that they become part of.

Yummy Jobs Ltd est une société de recrutement internationale spécialisée dans les emplois d'été aux États-Unis dans le secteur de l'hôtellerie, les meilleurs stages en hôtellerie aux États-Unis et les opportunités d'accueil d'études en Suisse. Yummy Jobs Ltd a été fondée en 2000 et a développé de nombreux partenariats fructueux qui offrent à nos participants des opportunités uniques de découvrir de nouvelles cultures et d'augmenter leur employabilité en même temps.

Une chose que tous nos partenaires ont en commun est qu'ils partagent la passion et la vision de Yummy Jobs pour la formation, le développement personnel et l'échange culturel. Il est extrêmement gratifiant de voir à quel point nos participants améliorent les équipes dont ils font partie.



COTHM'S GRAND CULINARY SHOW STEALS THE SPOTLIGHT AT THE 11TH WEXNET EXHIBITION BY TDAP

LORS DE LA 11^{ÈME} EXPOSITION WEXNET,
COTHM VOLE LA VEDETTE AVEC
UN SPECTACLE CULINAIRE ÉPATANT



THE COLLEGE OF TOURISM & HOTEL MANAGEMENT (COTHM) orchestrated a spectacular culinary show from September, 30th to October 2nd, during the 11th WEXNET Exhibition. Organized by the Trade Development Authority of Pakistan, WEXNET is now Pakistan's Largest Women Entrepreneurs' Exhibition event.

From mesmerizing culinary demonstrations by Karachi's top Celebrity Chef Gulzar to thrilling live cooking competitions featuring COTHM's culinary arts female students and home chefs, the event was a culinary masterpiece that left a lasting impression on all attendees.

COTHM's culinary arts female students and skilled home chefs battled it out in live cooking competitions that added an element of excitement and competition to the event. These talented chefs impressed the judges and spectators with their culinary skills and innovative dishes.

The event featured an array of exhibitors, including stalls from COTHM, that catered to various tastes and interests offering a diverse range of products and services, enhancing the overall experience for attendees.

WEXNET culinary show attracted high-profile dignitaries and guests from all over the world. This international presence highlighted the global appeal and recognition of COTHM's culinary expertise.

The three-day culinary extravaganza organized by COTHM at the 11th WEXNET Exhibition was a resounding success, leaving attendees inspired and satisfied. The combination of culinary excellence, live competitions, diverse exhibitors, and valuable partnerships made this event a must-visit for all food enthusiasts and industry professionals. COTHM continues to set the standard for culinary excellence in Pakistan and beyond.



DU 30 SEPTEMBRE AU 2 OCTOBRE, à l'occasion du 11ème salon WEXNET, le Collège de Tourisme et Gestion Hôtelière – COTHM (College of Tourism & Hotel Management) – a orchestré un spectacle culinaire remarquable. Il est important de souligner que WEXNET, rendez-vous organisé par l'Autorité de développement commercial du Pakistan, est désormais le plus grand salon pakistanais pour les femmes entrepreneurs.

Dans le cadre du WEXNET, l'école COTHM a organisé des démonstrations culinaires savoureuses, avec la participation du célèbre chef Gulzar, et des compétitions de cuisine étonnantes avec la participation des étudiantes de cuisine de l'école, ainsi que d'autres femmes chefs. Les invités du WEXNET furent épatisés par la qualité des événements organisés, ainsi que par l'excellence de la performance des élèves et chefs lors des compétitions culinaires.

Les étudiantes en arts culinaires de COTHM et les chefs qualifiés se sont affrontés lors de concours de cuisine en direct, ce qui a aidé à augmenter l'esprit de compétition. Ces chefs talentueux ont impressionné les juges et les spectateurs par leurs talents culinaires et leurs plats innovants.

Cet événement a réuni plusieurs participants dans nombreux stands, dont l'école COTHM. La participation de tous ces représentants offrant une gamme diversifiée de produits et de services, répondait à l'expression de divers goûts et intérêts et a servi à améliorer l'expérience globale des invités.

La compétition de cuisine de WEXNET a attiré des dignitaires et invités du monde entier. Cette présence internationale montre l'attrait mondial et la reconnaissance du savoir-faire culinaire de COTHM.

L'extravagance culinaire présentée pendant les trois jours organisés par COTHM a laissé les invités et participants inspirés et satisfaits. La combinaison de l'excellence culinaire, des compétitions en direct, des nombreux stands et l'établissement de précieux partenariats a fait de cet événement un incontournable pour tous les amateurs de cuisine et les professionnels de l'industrie. COTHM continue de fixer la norme en matière d'excellence culinaire au Pakistan et au-delà.



CELEBRATING 30 YEARS OF EURHODIP CONFERENCES



1998 > Lyon, France (5th edition)



2011 > Paris, France



2012 > Martigny, Switzerland



2000 > Seville, Spain



2003 > Moscow, Russia



2013 > Maribor, Slovenia



2014 > Vilnius, Lithuania



2015 > Tel Aviv, Israel



2004 > Namur, Belgium



2004 > Madrid, Spain



2016 > Yerevan, Armenia



2017 > Seville, Spain



2006 > Bordeaux, France



2007 > London, United Kingdom



2008 > Casablanca, Morocco



2018 > Porec, Croatia



2021 > Leeuwarden, The Netherlands



2009 > Bologna, Italy



2010 > Zaragoza, Spain



2022 > Évora, Portugal

CÉLÉBRER
30 ANS
D'EURHODIP
CONFÉRENCES



DEVELOPING SUSTAINABLE HOSPITALITY FOR THE ASEAN REGION

DÉVELOPPER UNE HOSPITALITÉ DURABLE POUR LA RÉGION DE L'ASEAN

THE ASSOCIATION OF SOUTHEAST ASIAN NATIONS (ASEAN) is increasingly attracting large numbers of tourists seeking authentic and culturally rich experiences in diverse environments. The UN World Tourism Organization (2023) claims that post covid-19 recovery has accelerated throughout the region, reaching 61% of pre-pandemic arrival levels in the first half of 2023, and Statista (2023) also predicts that Asia Pacific will be the largest growth market in terms of international tourism arrivals in 2024. Whilst providing much needed revenue, jobs and infrastructure throughout the region's economies, there are however, growing concerns over elements of mass tourism and overdevelopment. It is therefore imperative that the hospitality industry unites together to play a strategic role in providing sustainable growth by protecting biodiversity, local communities and cultures.

Member ASEAN states of Brunei, Cambodia, Indonesia, Laos, Malaysia, Myanmar, Philippines, Singapore, Thailand, and Vietnam, provide a plethora of opportunities for growth in tourism services including those of an eco-friendly nature. However, along with increasing numbers of tourists, there are also issues of 'over tourism' with tourists damaging natural environments and creating negative socio-cultural impacts. Other not so welcome economic factors may provide leakages of expenditure and increasing prices of real estate that local people cannot afford.

“ ”

In more popular destinations as accommodation and infrastructure develop around the attraction, the destination itself can quickly start to lose its appeal through overcrowding, busy traffic, pollution, and general damage to the natural environment

L'ASSOCIATION DES NATIONS DU SUD-EST ASIATIQUE (ASEAN) attire de plus en plus un grand nombre de touristes à la recherche d'expériences authentiques et culturellement riches dans divers environnements. L'Organisation mondiale du tourisme des Nations Unies (2023) affirme que la reprise post-covid-19 s'est accélérée dans toute la région, atteignant 61% des niveaux d'arrivée d'avant la pandémie au premier semestre de 2023, et Statista (2023) prévoit également que l'Asie-Pacifique sera le plus grand marché de croissance en termes d'arrivées de touristes internationaux en 2024. Tout en fournissant des revenus, des emplois et des infrastructures indispensables dans l'ensemble des économies de la région, il existe toutefois des préoccupations croissantes concernant les éléments du tourisme de masse et du surdéveloppement. Il est donc impératif que l'Industrie hôtelière s'unisse pour jouer un rôle stratégique dans la croissance durable en protégeant la biodiversité, les communautés locales et les cultures.

Les États membres de l'ASEAN (Brunei, Cambodge, Indonésie, Laos, Malaisie, Myanmar, Philippines, Singapour, Thaïlande et Vietnam) offrent une pléthore d'opportunités de croissance dans les services touristiques, y compris ceux de nature écologique. Cependant, parallèlement à l'augmentation du nombre de touristes, il existe également des problèmes de « surtourisme », les touristes endommageant les environnements naturels et créant des impacts socioculturels négatifs. D'autres facteurs économiques peu bienvenus peuvent entraîner des fuites de dépenses et une augmentation des prix de l'immobilier que les populations locales ne peuvent pas se permettre.

Dans les destinations plus populaires à mesure que l'hébergement et l'infrastructure se développent autour de l'attraction, la destination elle-même peut rapidement commencer à perdre de son attrait en raison de la surpopulation, de la circulation achalandée, de la pollution et des dommages généraux à l'environnement



Robert
MCKENZIE

Deputy School Director,
Vatel Hotel & Tourism Business
School – Thailand

V
VATEL

HOTEL & TOURISM
BUSINESS SCHOOL

“ ”

Bien que l'ASEAN puisse fournir un cadre de durabilité, elle dépend de toutes les parties prenantes pour comprendre et appliquer le concept dans l'ensemble de ses opérations quotidiennes en encourageant les technologies vertes, l'innovation et les partenariats.

In more popular destinations as accommodation and infrastructure develop around the attraction, the destination itself can quickly start to lose its appeal through overcrowding, busy traffic, pollution, and general damage to the natural environment (McKenzie 2014). There are many challenges as numbers of tourists at certain destinations have exceeded capacity and brought devastation to the biodiversity of some areas. New innovative ideas and technologies are helping to provide solutions in much needed areas of green destination management. Recently, the temporary closure of a beach at Maya Bay in Thailand is perhaps a good example of the stark action and strategy required. Given appropriate time and by managing visitor numbers, the bay implemented a successful environmental rejuvenation program which allowed the bay's natural ecosystem to start healing (TAT news 2023).

The hospitality industry's impact on the environment and efforts to reduce carbon emissions in conjunction with country targets set out by the UN's 2015 Paris Climate Agreement demonstrates that sustainable tourism is a concept that develops a long-term holistic approach from all stakeholders to protect current and future forms of tourism. Tourism stakeholders need to apply aspects of the United Nations 17 Sustainable Development Goals (no date) and work in collaboration with regional partners on ASEAN's Framework on Sustainable Tourism (2023) for clean, green tourism destinations, as ASEAN's vision states that it will be: "recognized as a quality sustainable tourism destination, which promotes the economic prosperity, welfare, and engagement of the local community; protects and develops its natural environment and culture; and provides a high-quality experience to responsible and sustainable-minded visitors/tourists."

Whilst ASEAN can provide a framework of sustainability, it is reliant upon all stakeholders to understand and apply the concept throughout its daily operations by encouraging green technologies, innovation, and partnerships. This can only be applied through the support of national policies with a clear strategy, funding, and awareness programs. This will ultimately encourage new innovations and green practices to flourish, so that future generations can appreciate the magnificent attractions that ASEAN has to offer for many more years to come.

naturel (McKenzie 2014). Il existe de nombreux défis, car le nombre de touristes dans certaines destinations a dépassé la capacité et a dévasté la biodiversité de certaines régions. De nouvelles idées et technologies innovantes aident à fournir des solutions dans des domaines indispensables de la gestion des destinations vertes. Récemment, la fermeture temporaire d'une plage à Maya Bay en Thaïlande est peut-être un bon exemple de l'action et de la stratégie sévères requises. Avec le temps approprié et en gérant le nombre de visiteurs, la baie a mis en œuvre avec succès un programme de rajeunissement environnemental qui a permis à l'écosystème naturel de la baie de commencer à guérir (TAT news 2023).

L'impact de l'industrie hôtelière sur l'environnement et les efforts visant à réduire les émissions de carbone en conjonction avec les objectifs nationaux fixés par l'Accord de Paris sur le climat de 2015 des Nations Unies démontrent que le tourisme durable est un concept qui développe une approche holistique à long terme de toutes les parties prenantes pour protéger les formes actuelles et futures de tourisme. Les parties prenantes du tourisme doivent appliquer certains aspects des 17 objectifs de développement durable des Nations Unies (sans date) et travailler en collaboration avec les partenaires régionaux sur le Cadre de l'ASEAN sur le tourisme durable (2023) pour les destinations touristiques propres et vertes, car la vision de l'ASEAN stipule qu'elle sera: "reconnue comme une destination touristique durable de qualité, qui favorise la prospérité économique, le bien-être et l'engagement de la communauté locale; protège et développe son environnement naturel et sa culture; et offre une expérience de haute qualité aux visiteurs/touristes responsables et soucieux de la durabilité".

Bien que l'ASEAN puisse fournir un cadre de durabilité, elle dépend de toutes les parties prenantes pour comprendre et appliquer le concept dans l'ensemble de ses opérations quotidiennes en encourageant les technologies vertes, l'innovation et les partenariats. Cela ne peut être appliquée que par le soutien de politiques nationales dotées d'une stratégie, d'un financement et de programmes de sensibilisation clairs. Cela encouragera finalement de nouvelles innovations et pratiques vertes à prospérer, afin que les générations futures puissent apprécier les magnifiques attractions que l'ASEAN a à offrir pendant de nombreuses années à venir.

FARM-TO-TABLE MOVEMENT IN SAUDI ARABIA

MOUVEMENT DE LA FERME À LA TABLE EN ARABIE SAOUDITE

GREEN GASTRONOMY and farm-to-table restaurants in Saudi Arabia are gaining popularity due to their focus on sustainable practices, locally sourced ingredients, and promoting a healthy lifestyle, reflecting a growing awareness of environmental impact.

Sitting in a Saudi restaurant, savoring a juicy kofta or a fresh Fattoush salad, one would not consider the trip that each ingredient made before getting on one's plate. It's an entirely different ballgame when it comes to sustainability, when that trip takes on a greater impact, giving rise to farm-to-table concepts. The fundamental premise behind any farm-to-table project is that any food served in a restaurant or café comes directly from a local farm rather than from a market or store selling imported foods. This dedication to sustainability has also resulted in the birth of green gastronomy in Saudi Arabia, where restaurants prioritize locally produced, ecologically friendly foods to encourage both gourmet enjoyment and ecological responsibility.

With good cause, the movement seeks to promote the idea that the food we consume should come from our own country. Not only is it healthier and more inclusive of the region's unique biodiversity, but because local food crosses a shorter distance to the restaurant or even the customer's house, it uses less fuel and emits fewer emissions. The project has grown in popularity across the region as more farm-to-table restaurants and cafés sprout up.

Treehouse Café in Riyadh's center, the first farm-to-table concept in Saudi Arabia, takes pride in utilizing organic, local, and seasonal produce that is chosen every morning to provide the highest quality gourmet dishes. Treehouse's aim is to be known as a leading lifestyle brand in Saudi Arabia, serving great food and drinks for customers while staying true to basic sustainability values and supporting the local community.

LA GASTRONOMIE VERTE et les restaurants de la ferme à la table en Arabie saoudite gagnent en popularité en raison de l'accent mis sur les pratiques durables, les ingrédients d'origine locale et la promotion d'un mode de vie sain, reflétant une prise de conscience croissante de l'impact environnemental.

Assis dans un restaurant saoudien, en savourant une kofta juteuse ou une salade Fattoush fraîche, on n'imaginerait pas le voyage que fait chaque ingrédient avant d'arriver dans son assiette. La situation est totalement différente en matière de durabilité, lorsque ce voyage prend un impact plus important, donnant naissance à des concepts de la ferme à la table. Le principe fondamental de tout projet de la ferme à la table est que tout aliment servi dans un restaurant ou un café provient directement d'une ferme locale plutôt que d'un marché ou d'un magasin vendant des aliments importés. Cet engagement en faveur du développement durable a également abouti à la naissance de la gastronomie verte en Arabie Saoudite, où les restaurants privilient les aliments produits localement et respectueux de l'environnement pour encourager à la fois le plaisir gastronomique et la responsabilité écologique.

Le mouvement cherche, à juste titre, à promouvoir l'idée selon laquelle les aliments que nous consommons doivent provenir de notre propre pays. Non seulement il est plus sain et intègre mieux la biodiversité unique de la région, mais comme les aliments locaux parcourt une distance plus courte jusqu'au restaurant ou même au domicile du client, ils consomment moins de carburant et émettent moins de nuisances. Le projet a gagné en popularité dans toute la région au fur et à mesure que de plus en plus de restaurants et de cafés proposant des produits de la ferme à la table ont vu le jour.

Treehouse Café au centre de Riyad, le premier concept de la ferme à la table en Arabie Saoudite, est



HTMI
Hotel and Tourism
Management Institute
Saudi Arabia



In addition to their commitment to sustainability, Treehouse Café also focuses on creating a unique and inviting atmosphere for its customers. The café's interior is designed with a cozy and rustic feel, complete with wooden furniture and lush greenery, providing a perfect setting for guests to relax and enjoy their meals.

For an exquisite camping hideaway and hidden sanctuary in AlUla, Beit Wafa is a hidden gem amid the mountains at 26 North. It offers a fresh, farm-to-table meal produced from the surrounding estate as well as scenery that must be seen to be believed. Outdoor enthusiasts seeking both a meal and a meditation moment can visit Beit Wafa, which serves genuine Arabic cuisine with a contemporary twist in a really unique environment. Through the diversity of its meals, the menu aspires to maintain the legacy and promotes the spirit of real Arabic hospitality.

With a country like Saudi Arabia that imports the majority of its food, such an endeavor is a wonderful way to move attention toward alternate food sourcing techniques by supporting local agriculture, green cuisine, and overall sustainability.

The evolving gastronomy industry in Saudi Arabia goes beyond restaurants and cafes. Small-scale farms are boosting the country's diverse ecosystems' capacity to produce food for the kingdom.

fier d'utiliser des produits biologiques, locaux et de saison, choisit chaque matin, pour proposer des plats gastronomiques de la plus haute qualité. L'objectif de Treehouse Café est d'être connue comme une marque de style de vie leader en Arabie Saoudite, servant de la bonne nourriture et des boissons aux clients, tout en restant fidèle aux valeurs fondamentales de durabilité et en soutenant la communauté locale.

En plus de son engagement envers la durabilité, Treehouse Café se concentre également sur la création d'une atmosphère unique et accueillante pour ses clients. L'intérieur du café est conçu dans un esprit chaleureux et rustique, avec des meubles en bois et une verdure luxuriante, offrant un cadre idéal pour se détendre et prendre ses repas.

Pour un refuge de camping exquis et un sanctuaire caché à AlUla, Beit Wafa est un joyau caché au milieu des montagnes au 26 Nord. Il propose un repas frais, de la ferme à la table, produit à partir du domaine environnant ainsi que des paysages qu'il faut voir pour le croire. Les amateurs de plein air à la recherche d'un repas et d'un moment de méditation peuvent visiter Beit Wafa, qui sert une véritable cuisine arabe avec une touche contemporaine dans un environnement vraiment unique. À travers la diversité de ses repas, le menu aspire à maintenir l'héritage et promeut l'esprit de la véritable hospitalité arabe.

Avec un pays comme l'Arabie Saoudite qui importe la majorité de sa nourriture, une telle initiative est une merveilleuse façon d'attirer l'attention sur des techniques alternatives d'approvisionnement alimentaire en soutenant l'agriculture locale, la cuisine verte et la durabilité globale.

“ ”

Avec un pays comme l'Arabie Saoudite qui importe la majorité de sa nourriture, une telle initiative est une merveilleuse façon d'attirer l'attention sur des techniques alternatives d'approvisionnement alimentaire en soutenant l'agriculture locale, la cuisine verte et la durabilité globale.



Because of growing health awareness, global demand for organic products has increased dramatically, and Saudi Arabia is no exception.

Saudi Arabia has a great number of organic stores that are locally produced and offer a wide range of organic products such as fruits, vegetables, dairy, and meat. These stores not only promote healthier food choices but also contribute to the growth of local farmers and the reduction of carbon footprints caused by long-distance food transportation.

The evolving gastronomy industry in Saudi Arabia goes beyond restaurants and cafes. Small-scale farms are boosting the country's diverse ecosystems' capacity to produce food for the kingdom. These programs are equally crucial to the food revolution taking place in the area, where it was difficult to find locally produced food until recently.

En raison d'une prise de conscience croissante en matière de santé, la demande mondiale de produits biologiques a considérablement augmenté, et l'Arabie saoudite ne fait pas exception.

L'Arabie saoudite compte un grand nombre de magasins bio produits localement et proposant une large gamme de produits biologiques tels que des fruits, des légumes, des produits laitiers et de la viande. Ces magasins favorisent non seulement des choix alimentaires plus sains, mais contribuent également à la croissance des agriculteurs locaux et à la réduction de l'empreinte carbone causée par le transport des aliments sur de longues distances.

L'industrie gastronomique en évolution en Arabie Saoudite va au-delà des restaurants et des cafés. Les petites exploitations agricoles renforcent la capacité des divers écosystèmes du pays à produire de la nourriture pour le royaume. Ces programmes sont également cruciaux pour la révolution alimentaire en cours dans la région, où il était jusqu'à récemment difficile de trouver des aliments produits localement.

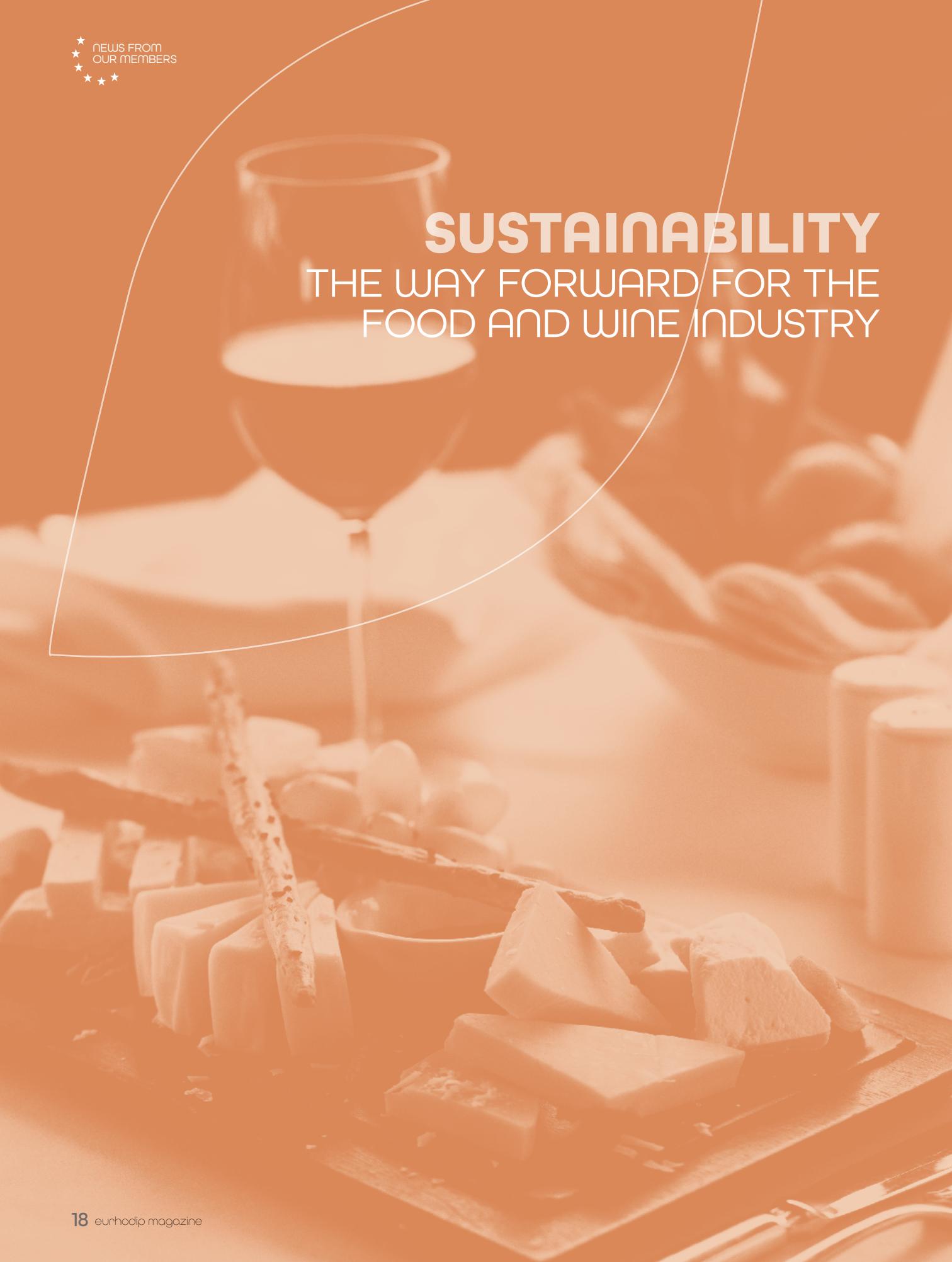
Resources

- LuLu promotes 'farm-to-table' sustainability. (2023, September 5). Arab News. https://www.arabnews.com/node/1909031/page_view_event/page_view_timing/page_action/aggregate
- Saudi Arabia's Red Sea Global sets up farm cooperative to boost agriculture economy. (n.d.). Saudi Arabia's Red Sea Global Sets up Farm Cooperative to Boost Agriculture Economy. <https://www.zawya.com/en/wealth/alternative-investments/saudi-arabias-red-sea-global-sets-up-farm-cooperative-to-boost-agriculture-economy-sg28g1vx>
- Hancock, J. (2023, January 24). Experience exclusive dining at these new restaurant concepts in AlUla. What's on Saudi Arabia. <https://whatsonsaudi-arabia.com/2023/01/exclusive-dining-restaurants-celebrated-chefs-alula/>
- Taman, G. (2022, November 2). Arab-Led Farm to Table Initiatives: Bringing A Newfound Meaning To Sustainable Dining - Scoop Empire. Scoop Empire. <https://scoopempire.com/arab-led-farm-to-table-initiatives-bringing-a-newfound-meaning-to-sustainable-dining/>
- Holland, R. (2021, March 2). Farm to Fork: How a new project will help tourists eat their way around Jordan. The National. <https://www.thenationalnews.com/lifestyle/food/farm-to-fork-how-a-new-project-will-help-tourists-eat-their-way-around-jordan-1.1176166>
- Jameel, A. L. (2020, January 21). From Farm to Fork: Tackling the Food Crisis | Abdul Latif Jameel®. Abdul Latif Jameel. <https://alj.com/en/spotlight-by-fady-jameel/from-farm-to-fork-tackling-the-food-crisis/>
- Maghrbi, F. (2019, May 29). 4 MBA stars making their mark in today's Saudi Arabia – MBSC College of Business and Entrepreneurship. MBSC College of Business and Entrepreneurship. <https://www.mbsc.edu.sa/4-mba-stars-making-their-mark-in-todays-saudi-arabia/>

Prepared by trainees of Cultural Development Fund CDF and Nesma Catering. Special thanks to the editors Maryah Faidah and Faisal Almana.

Préparé par les stagiaires du Fonds de Développement Culturel CDF et Nesma Catering. Un merci spécial aux éditeurs Maryah Faidah et Faisal Almana.

SUSTAINABILITY THE WAY FORWARD FOR THE FOOD AND WINE INDUSTRY



DURABILITÉ LA VOIE À SUIVRE POUR L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE ET VITICOLE

“ ”

Today's travellers are ever more conscious of the concept of sustainability in travel, and the objective of the IFTS courses organised by IAL Emilia Romagna is to form highly qualified specialists in the food and wine sector who are well aware of the importance of sustainability and innovation.

THE CURRENT TOPIC of sustainability in the world of food and wine features strongly in IAL Emilia Romagna's IFTS (Higher Technical Education and Training) courses, vocational further education courses aimed at young people and adults who wish to specialise and pursue a career in the food and wine tourism industry.

It goes without saying that Italy, as a destination, attracts visitors not only for its art, history and scenery, but also for its food and wine culture. This is especially the case in our region, Emilia Romagna, an area which is, arguably, considered the gastronomic capital of Italy and, over recent years, has seen a huge increase in visitor numbers, many of whom come primarily to experience the fine local cuisine and products. But it is not enough to rely on the region's reputation for culinary excellence, and it is necessary to focus on sustainability and innovation if we are to continue in this positive direction. Food and wine tourism has a strong impact on the sustainable development of territories such as ours, and plays a vital role in valorising and protecting environmental, social and economic resources.

LE THÈME ACTUEL de la durabilité dans le monde de la gastronomie et du vin occupe une place importante dans les cours IFTS (enseignement technique supérieur et formation) d'IAL Emilia Romagna, des cours de formation professionnelle continue destinés aux jeunes et aux adultes qui souhaitent se spécialiser et faire carrière dans l'industrie de la gastronomie et de l'oénotourisme.

Il va sans dire que l'Italie, en tant que destination, attire les visiteurs non seulement pour son art, son histoire et ses paysages, mais aussi pour sa culture gastronomique et vinicole. C'est particulièrement le cas dans notre région, l'Emilie-Romagne, qui est sans doute considérée comme la capitale gastronomique de l'Italie et qui, ces dernières années, a connu une forte augmentation du nombre de visiteurs, dont beaucoup viennent avant tout pour découvrir la cuisine et les produits locaux. Mais il ne suffit pas de s'appuyer sur la réputation d'excellence culinaire de la région, et il est nécessaire de se concentrer sur la durabilité et l'innovation si nous voulons continuer dans cette direction positive. L'oénotourisme a un impact important sur le développement durable de territoires tels que le nôtre et joue un rôle essentiel dans la valorisation et la protection des ressources environnementales, sociales et économiques.

Les voyageurs d'aujourd'hui sont de plus en plus conscients du concept de durabilité dans les voyages. L'objectif des cours IFTS organisés par IAL Emilia Romagna est de former des spécialistes hautement qualifiés dans le secteur de l'alimentation et du vin qui sont bien conscients de l'importance de la durabilité et de l'innovation. L'industrie alimentaire et vinicole, et l'industrie du voyage en général, doivent s'adapter pour répondre aux attentes changeantes des voyageurs plus conscients ; en ce qui concerne les restaurants, les nouvelles générations en particulier sont beaucoup plus susceptibles de choisir un restaurant plutôt qu'un autre en fonction de sa capacité à fournir des aliments produits de manière durable.



**Julia
CLARE TEMPLEMAN**

Teacher and Event Management
Expert for IAL Emilia Romagna



Today's travellers are ever more conscious of the concept of sustainability in travel, and the objective of the IFTS courses organised by IAL Emilia Romagna is to form highly qualified specialists in the food and wine sector who are well aware of the importance of sustainability and innovation. The food and wine industry, and the travel industry in general, must adapt to meet the changing expectations of the more conscious traveller; as far as restaurants are concerned, new generations in particular are much more likely to choose one restaurant over another based on its ability to provide sustainably produced foods.

According to Booking.Com's Sustainable Travel Report 2023, 76% of those who took part in the survey expressed the desire to travel more sustainably over the next year. 75% of those interviewed stated that they sought authentic experiences representative of the local culture; however, 40% did not know how or where to find tours and activities that ensured giving back to the local community. By forming professional figures through our IFTS courses, it is our aim to fill this gap and provide the necessary information to operators in the sector, so that they, in turn, are in a position to provide services which allow for more mindful and responsible travel.

Our IFTS courses, at the end of which students receive a Level 4 EQF certificate in "Techniques for the Planning and Implementation of Artisan Methods and Agri-food Processing with typical local and traditional Food and Wine Production", are organised in collaboration with prestigious partners from the region of Emilia Romagna, including the University of Modena and Reggio Emilia, the world-famous restaurant Osteria Francescana, Slow Food Emilia Romagna and high-end producers including Villani, makers of fine Italian charcuterie, and Olitalia, makers of high-quality olive oil. The courses run for a total of 800 hours, and are made up of project work, work experience, and both practical and theoretical lessons led by highly knowl-

Selon le Sustainable Travel Report 2023 de Booking. Com, 76 % des participants à l'enquête ont exprimé le souhait de voyager de manière plus durable au cours de l'année à venir. 75% des personnes interrogées ont déclaré qu'elles recherchaient des expériences authentiques représentatives de la culture locale ; cependant, 40% d'entre elles ne savaient pas comment ni où trouver des circuits et des activités qui garantissent un retour à la communauté locale. En formant des spécialistes par le biais de nos cours IFTS, notre objectif est de combler cette lacune et de fournir les informations nécessaires aux opérateurs du secteur, afin qu'ils soient à leur tour en mesure de fournir des services permettant de voyager de manière plus réfléchie et plus responsable.

Nos cours IFT S, à l'issue desquels les étudiants reçoivent un certificat CEC de niveau 4 en "Techniques de planification et de mise en œuvre des méthodes artisanales et de la transformation agroalimentaire avec une production alimentaire et vinicole locale et traditionnelle typique", sont organisés en collaboration avec des partenaires prestigieux de la région d'Emilia-Romagne, notamment l'université de Modène et de Reggio Emilia, le restaurant mondialement connu Osteria Francescana, Slow Food Emilia Romagna et des producteurs haut de gamme tels que Villani, fabricant de charcuterie italienne fine, et Olitalia, producteur d'huile d'olive de haute qualité. Les cours, d'une durée totale de 800 heures, sont constitués de travaux de projet, d'expériences professionnelles et de cours pratiques et théoriques dispensés par des experts très compétents dans leur domaine. Les modules de cours comprennent des leçons sur la durabilité et la biodiversité et sur la planification durable de menus, de visites et d'événements.

Si l'on prend l'exemple de la planification de menus durables, en créant des menus à base de produits biologiques de saison, en établissant des partenariats avec la communauté et en maintenant la chaîne d'approvi-



“ ”

En adoptant un mode de vie sain – en achetant localement, en utilisant des produits biologiques de saison, en mangeant plus d'aliments d'origine végétale, en réduisant les déchets et en diminuant la taille des portions – non seulement nous profitons de bénéfices directs en tant qu'individus, mais nous faisons également du bien à la communauté dans son ensemble, à la fois à l'échelle locale et à l'échelle mondiale.

edgeable experts in their field. Course modules include lessons on Sustainability and Biodiversity and Sustainable Menu, Tour and Event Planning.

If we take sustainable menu planning as just one example, by creating menus featuring seasonal, organic products, partnering with the community and keeping the supply chain local, benefits are twofold: to the individual in terms of better health and wellbeing, and to the community as a whole in terms of social, economic and environmental improvements.

One of the specialists involved in our courses is the charismatic Ferdinando Giannone, nutritional biologist and expert in "food culture and awareness". Giannone's concept focuses on three main practices: smart shopping, a conscious lifestyle and selecting the right combination of ingredients and nutrients on a daily basis. It is Giannone's mission to educate the individual as well as institutions such as restaurants and schools:

"My aim is to make people aware that lifestyle is the most important aspect (...) the word 'diet' itself can be traced back to the Greek δίαιτα (diaita) which means life, lifestyle, way of living and has nothing to do with the negative idea of having to limit food intake (...). Improving one's lifestyle starting with taking care of the food we put into our bodies every day can revolutionise our lives (...)" (sala&cucina Magazine Di Accoglienza e Ristorazione 20/01/2023)

By adopting a healthy way of living – buying locally, using seasonal, organic products, eating more plant-based foods, cutting waste and reducing portion sizes – not only do we enjoy direct benefits as individuals, but also do good for the community as a whole, both on a local and global scale. Healthy eating and sustainability are inextricably linked, and, with more and more travellers conscious of this, the food and wine industry must adapt accordingly so as to satisfy the expectations of the mindful traveller.

sionnement locale, les avantages sont doubles : pour l'individu en termes d'amélioration de la santé et du bien-être, et pour la communauté dans son ensemble en termes d'améliorations sociales, économiques et environnementales.

L'un des spécialistes impliqués dans nos cours est le charismatique Ferdinando Giannone, biologiste nutritionnel et expert en "culture et conscience alimentaire". Le concept de Giannone se concentre sur trois pratiques principales : des achats intelligents, un mode de vie conscient et la sélection de la bonne combinaison d'ingrédients et de nutriments au quotidien. La mission de Giannone est d'éduquer les individus ainsi que les institutions telles que les restaurants et les écoles :

"Mon objectif est de faire prendre conscience aux gens que le mode de vie est l'aspect le plus important (...). Le mot 'diète' lui-même remonte au grec δίαιτα (diaita) qui signifie vie, mode de vie, façon de vivre et n'a rien à voir avec l'idée négative de devoir limiter sa consommation de nourriture. (...). L'amélioration du mode de vie, en commençant par prendre soin de la nourriture que nous introduisons dans notre corps chaque jour, peut révolutionner notre vie (...)" (sala&cucina Magazine Di Accoglienza e Ristorazione 20/01/2023)

En adoptant un mode de vie sain – en achetant localement, en utilisant des produits biologiques de saison, en mangeant plus d'aliments d'origine végétale, en réduisant les déchets et en diminuant la taille des portions – non seulement nous profitons de bénéfices directs en tant qu'individus, mais nous faisons également du bien à la communauté dans son ensemble, à la fois à l'échelle locale et à l'échelle mondiale. L'alimentation saine et la durabilité sont inextricablement liées et, comme de plus en plus de voyageurs en sont conscients, l'industrie agroalimentaire et vinicole doit s'adapter en conséquence afin de répondre aux attentes des voyageurs attentifs.

EURHODIP STUDENT COMPETITIONS



EURHODIP OBLIGATIONS

There will be 4 Coordinators. One for each Competition.

They will be a link between the EURHODIP organization, the organizer school and also with the participating schools.

HOW TO APPLY:

Each student, must full fill their registration form for the Eurhodip 2023 Conference.

OBLIGATIONS EURHODIP

Il y aura 4 coordonnateurs. Un pour chaque Compétition.

Ils seront un lien entre l'organisation EURHODIP, l'école organisatrice et également avec les écoles participantes.

COMMENT 'INSCRIRE:

Chaque étudiant doit remplir son formulaire d'inscription pour la conférence Eurhodip 2023.

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 4 areas of training: F&B Management, Tourism Management, Marketing Management and Culinary Arts.

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 4 students maximum. One in each category. The participant must certify 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 on November 2th during the Annual Conference and the applications runs until September, 30, 2023. 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.

EURHODIP CONCOURS ÉTUDIANT

QU'EST-CE QUE LES CONCOURS EURHODIP ?

"EURHODIP COMPETITIONS" est un événement dans le cadre de la conférence annuelle qui teste les aptitudes et les compétences des étudiants des écoles EURHODIP dans 4 domaines de formation: Management F&B, Management du Tourisme, Management Marketing et Arts Culinaires.

Les Concours sont un moyen de favoriser l'échange d'expériences, de connaissances et d'innovation.

QUELLES ÉCOLES SONT 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 suspendues 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 4 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 (membre d'EURHODIP) ne peut postuler qu'un seul élève par challenge. Le concours a lieu le 2 novembre lors de la conférence annuelle et les candidatures se déroulent jusqu'au 30 septembre 2023. Dans chaque défi, les étudiants seront organisés en équipes avec des éléments aléatoires de chaque école. Seuls les étudiants qui fêtent jusqu'à 30 ans dans l'année du concours (du 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'étudiant 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.

THE CHALLENGES

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 Famagusta.



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 Famagusta, and produce a communication plan to a specific segment.
- Then they will have to present their ideas.



CULINARY ARTS

- This challenge is designed to encourage teamwork and promote culinary creativity among students.
- Teams will be organized with random students from each school.
- Each team is required to prepare a three-course meal (Starter, Main Course and Dessert) using a mystery basket of ingredients.
- Besides the practical tasks, each team will be assessed on their ability to identify ingredients and flavors through a blind taste test.
- Teams will be evaluated based on their work hygiene, kitchen preparation/presentation, interpersonal skills & teamwork, and blind tasting.



LES DÉFIS

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 de Famaguste.

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 de Famaguste et élaboreront un plan de communication auprès d'un segment spécifique.
- Ensuite, ils devront présenter leurs idées.

ARTS CULINAIRES

- Ce défi vise à encourager le travail d'équipe et à promouvoir la créativité culinaire des élèves.
- Des équipes seront organisées avec des élèves choisis au hasard dans chaque école.
- Chaque équipe doit préparer un repas de trois plats (Entrée, Plat et Dessert) à l'aide d'un panier mystère d'ingrédients.
- Chaque équipe sera, également, évaluée sur sa capacité à identifier les ingrédients et les saveurs à travers un test de goût à l'aveugle.
- Les équipes seront évaluées en fonction de leur hygiène de travail, de la préparation/présentation de la cuisine, des compétences interpersonnelles et du travail d'équipe, et de la dégustation à l'aveugle.

VET4FOOD

SUSTAINABILITY OF FOOD SYSTEMS LA DURABILITÉ DES SYSTÈMES ALIMENTAIRES

THE WORLD POPULATION reached 8 billion in November 2022 and a UN Report on World Population Prospects even predicts that the world population will reach 9.7 billion by 2050.

It can therefore be seen that the increase in population has accompanied the growing demand for food worldwide in recent years, and if the demographic estimate that the UN data predicts is true – this demand will not stagnate it will even increase substantially in the coming decades with the predicted population growth.

In the meantime, there has been a decrease in agricultural land, and food production is known to cause significant environmental damage. According to the FAO (2014 data), the agricultural sector is mainly responsible for using 70% of water resources and the food sector is responsible for around 30% of the world's energy consumption.

EN NOVEMBRE 2022 la population mondiale a, pour la première fois, dépassé le chiffre des 8 milliards. Cette année-là, l'ONU publie un rapport sur les perspectives de croissance de la population mondiale, dans le document onusien on estime que la population mondiale atteindra le chiffre 9,7 milliards de personnes en 2050. (<https://www.un.org/es/global-issues/population>)

Or, cette progression extraordinaire de la population mondiale qui s'est produite ces derniers temps a mené à un accroissement de la demande de nourriture pour répondre aux besoins alimentaires de cette population grandissante. De plus, si les projections démographiques de l'ONU se confirment, cette demande ne stagnera pas: voir elle augmentera considérablement dans les décennies à venir.

Cependant, on constate une diminution des terres agricoles, et l'on sait que la production alimentaire exerce une pression significative sur l'environnement. Selon la FAO, en 2014 (<https://diplomatico.org.br/wp-content/uploads/2018/03/Suplemento-FAO-F%C3%A9C3%B3rum-Mundial-da-%C3%81gua.pdf> – Page 3 - 3ème paragraphe), le secteur agricole consommait déjà 70% de nos ressources en eau potable, alors que le secteur alimentaire quant à lui utilise 30% de toute la production énergétique mondiale. Ces chiffres angoissants montrent la nécessité d'envisager la production alimentaire sous l'angle de la durabilité pour faire face aux besoins alimentaires de notre population grandissante, sans pourtant endommager notre écosystème.

L'un des piliers de la Stratégie Europe 2020 (<https://portugal2020.pt/glossario/estrategia-europa-2020/>) porte précisément sur la nécessité d'une croissance intelligente, où la connaissance et l'innovation peuvent apporter de la valeur; durable, où la durabilité peut

“ ”

We are currently living in an economic and social crisis characterised by a climate emergency that is exacerbated by the disparity in access to essential goods and these reasons justify embarking on the search for solutions for an intelligent, sustainable, and inclusive ecological transition.

The factors presented show very clearly why food system issues are on the agenda and put on the table the real need to look at food production through the lens of sustainability in order to reconsider a new approach to this issue.

One of the pillars of the Europe 2020 strategy deals precisely with the need for growth: intelligent growth where knowledge and innovation can add value; sustainable growth where the area of sustainability can contribute to a greener economy and more effective resource management; and inclusive growth in the sense of strengthening employment and social cohesion.

In order to achieve these objectives, the focus on developing ecological skills is emphasised because it reinforces the importance of efficient environmental management and, at the same time, provides for the creation of sustainable jobs.

We are currently living in an economic and social crisis characterised by a climate emergency that is exacerbated by the disparity in access to essential goods and these reasons justify embarking on the search for solutions for an intelligent, sustainable, and inclusive ecological transition. As such, the areas of education and training would have to be called upon to match up with the food system so that together they can participate in and support this transition towards sustainability.

It is in the wake of all these issues that the European project "VET4FOOD" has emerged. Through human capital training, this project aims to instill the development of "green skills" in order to promote an ecological awareness capable of meeting challenges through the adoption of environmentally friendly practices and methods.

contribuer à une économie plus écologique et plus efficace dans la gestion des ressources; et inclusive, afin de renforcer l'emploi et la cohésion sociale. Pour y arriver la stratégie Europe 2020 met l'accent sur le développement de compétences écologiques et affermit l'importance d'une gestion environnementale efficace qui soit capable de contribuer positivement pour la création d'un système de croissance durable et respectueux de la planète.

Ceci est d'autant plus important car aujourd'hui nous vivons une grave crise économique et sociale marquée par une situation d'urgence climatique. Or, cette urgence climatique vient creuser le fossé des inégalités sociales et géographiques dans l'accès aux biens essentiels et aux ressources naturelles. Portés par ce contexte, nombreux se sont lancés dans la poursuite de solutions pour permettre une transition écologique durable et inclusive. Dans ce cadre, l'éducation et la formation professionnelle doivent aussi être appelées à participer et accompagner cette évolution de notre système économique, social et, en occurrence, alimentaire vers la durabilité.

C'est dans ce contexte que naît le projet européen "VET4FOOD". Ce projet vise, par le biais de la formation, à promouvoir le développement des "compétences vertes" pour renforcer une conscience écologique capable de relever les défis actuels grâce à l'adoption de pratiques et de méthodes respectueuses de l'environnement.

Ce projet compte parmi ses partenaires des institutions belges, espagnoles, italiennes et portugaises, et ses objectifs sont les suivants: développer un programme de formation reproductible qui promeut les questions écologiques essentielles pour le secteur



Ana
CLÁUDIA FERNANDES
Project Manager
at Turismo de Portugal, I.P.
– Training Department



The project's partners are Belgium, Spain, Italy, and Portugal and its objectives are: to develop a training programme that can be replicated and that promotes the ecological issues considered essential for the food sector; to increase the qualification of professional training in the food sector; to increase employability and to strengthen the link between the ecological transition and the food sector.

There are three target groups for the project: students whose training is more geared towards the hotel and restaurant sector; education and vocational training agents linked to the sector; and since getting closer to the labour market is also a priority, the training is also intended to be open to professionals in the sector who see themselves in the project and want to update their practices, rethink their workplace or simply learn about a more ecological approach.

The methodology used to develop this training programme focused initially on a diagnosis of training needs. This analysis made it possible to understand the state of the art regarding sustainability issues in each of the countries included in the project.

In the second stage of the project, the areas of activity and topics to be covered in the training programme were carefully selected and it was concluded that the main areas and topics to be covered would be: the nutritional area – because of the issues related to sustainable diets and the implications for food choices; the ecological area – because of the factors related to biodiversity, seasonality and also issues related to climate change; the economic area - where the emphasis is on the circular economy and community resilience practices and, finally, the social area – where the issues of ethical and inclusive food business and food Cultural Heritage are explored.

alimentaire; améliorer la qualité de la formation professionnelle dans le secteur alimentaire; renforcer l'employabilité et renforcer le lien entre la transition écologique et le secteur alimentaire.

Ce projet est orienté vers trois bénéficiaires principaux: les étudiants dont la formation est davantage dirigée vers le secteur de l'hôtellerie et du tourisme; les agents éducatifs qui travaillent dans le secteur et comme l'intégration sur le marché du travail est également une priorité, la formation doit également être ouverte aux professionnels du secteur qui adhèrent au projet parce qu'ils souhaitent mettre à jour leurs pratiques, repenser leur lieu de travail ou tout simplement découvrir une approche plus écologique.

La méthodologie utilisée pour développer ce programme de formation s'est concentrée, dans un premier temps, sur l'élaboration d'un diagnostic des besoins en formation. À la suite de cette analyse l'équipe de "VET4FOOD" a rédigé un état de l'art sur les questions de formation sur la durabilité dans chacun des pays.

Pour la deuxième étape de ce projet les domaines d'activité et les thèmes qui devraient être abordés dans la formation ont été soigneusement sélectionnés et il a été conclu qu'il fallait penser : les régimes alimentaires durables dans sa totalité; les défis écologiques – les problèmes liés à la biodiversité, à la saisonnalité, mais aussi aux enjeux liés au changement climatique ; les conséquences économiques – l'établissement d'une économie circulaire et des pratiques de résilience communautaire et, enfin, les questions sociales, comme la création d'une entreprise alimentaire éthique et inclusive et respectueuse du patrimoine culturel alimentaire.

La définition de ces domaines et thèmes vise essentiellement à traduire les principes des compétences écologiques, qui sont, par essence, les compétences, capacités, valeurs et attitudes dont un individu a besoin pour bâtir une société efficace, écologique et durable. Or, les compétences écologiques ne sont pas seulement techniques, elles incluent également des principes de gestion et de consommation durables. Alors, "VET4FOOD" a développé des compétences et des attitudes spécifiques pour chacun des domaines et thèmes liés au développement d'une alimentation durable et écologique.

Dans une étape ultérieure, des contenus programmatiques ont été structurés, et toutes les informations nécessaires à la mise en œuvre de la "formation sur la durabilité alimentaire pour l'éducation et la formation professionnelle" ont été rassemblées. Un manuel d'appui a été créé comme sous-produit de ce travail. Ce document a deux objectifs majeurs: d'une part, souligner les éléments pédagogiques les plus importants, utilisant une stratégie plutôt ludique, et d'autre part, fournir des



The definition of these areas and themes is essentially concerned with the principles inherent in ecological competencies, which are basically the skills, capacities, values, and attitudes that an individual needs to build an efficient society based on sustainability. Ecological competencies are not just technical: they also include principles of sustainable management and consumption. Knowledge, skills, and attitudes were also developed for each of the areas and themes.

The next step was to structure the syllabus and all the information that should be included in the training plan for the "training on food sustainability for vocational education and training" and a by-product of this work is a support manual that has two objectives: to focus on the most important elements in terms of education and recreational support, and to provide digital tools to support teaching. The idea is for this manual to be made freely available.

Finally, alongside the work on developing the training and all the core work of the VET4FOOD project, downstream tasks were carried out, such as: producing scientific articles in the areas inherent to the sustainability of food systems, disseminating support material to better support the topic and producing a periodic newsletter.

In short, this project is an important tool in the field of food system sustainability. VET4FOOD aims to develop ecological awareness using the school system so that effective accountability and correct management of resources, combined with conscious and eco-friendly options become a natural choice for everyone because it is the best option for the planet.

outils numériques pour l'enseignement des stratégies vers la durabilité alimentaire. Une fois terminé, ce texte d'orientation sera disponible en accès libre.

Enfin, en plus des travaux liés au développement de la formation et à l'ensemble des activités essentielles du projet VET4FOOD, des tâches en aval ont été menées, notamment la production d'articles scientifiques dans les domaines liés à la durabilité des systèmes alimentaires, la diffusion de matériel de soutien pour une meilleure prise en charge du sujet et la publication régulière d'une newsletter.

En résumé, ce projet se présente comme un outil important dans le domaine de la durabilité des systèmes alimentaires, car il vise à développer une conscience écologique depuis les écoles, de manière que la responsabilisation effective et la gestion appropriée des ressources, combinées à des choix conscients et respectueux de l'environnement, deviennent naturelles pour tous, car elles constituent véritablement la meilleure option pour la planète.

“ ”

La méthodologie utilisée pour développer ce programme de formation s'est concentrée, dans un premier temps, sur l'élaboration d'un diagnostic des besoins en formation. À la suite de cette analyse l'équipe de "VET4FOOD" a rédigé un état de l'art sur les questions de formation sur la durabilité dans chacun des pays.

VATEL SWITZERLAND

THE PATH TO A MORE
ENVIRONMENTALLY
FRIENDLY HOTEL INDUSTRY

LE PARCOURS VERS
UNE HÔTELLERIE PLUS
RESPECTUEUSE DE
L'ENVIRONNEMENT



WHO ARE WE?

Located in the Canton of Valais, Vatel Switzerland is the only Swiss hotel school to have its own 4-star hotel. It trains future executives in the international tourism and hospitality industry through its unique education system.

Within this human-sized campus, the ecology student association aims to promote good practices in sustainable development and eco-responsibility through sustainable and feasible solutions in the hotel and tourism sector.

We are a group of four students, two Francophones and two Anglophones who took over the association after the departure of the former representatives to a promising future. All committed to the protection of the environment, we decided to embark on the second stage of the Swisstainable program.

SWISSTAINABLE

This sustainability program, developed by Switzerland Tourism, is based on specific criteria for the environment and sustainability within companies. The program is based on three pillars: social, economics, and environmental which must intersect on livability, viability, and sustainability.

In our case, at Vatel Switzerland, we mainly focused on the environmental aspect. Our objectives are based on the desire to develop a quality "Waste Management" procedure, through a concrete implementation of sorting bins and quality awareness training for staff. We have placed specific containers for recyclable waste, organic waste as well as non-recyclable waste to contribute to the preservation of the environment.

QUI SOMMES-NOUS?

Situé dans le Canton du Valais, Vatel Switzerland est l'unique école hôtelière suisse à posséder son propre hôtel 4 étoiles. Elle forme les futurs cadres dirigeants de l'industrie du tourisme et de l'hôtellerie internationale grâce à son système d'enseignement unique.

Au sein de ce campus à taille humaine, l'association étudiante d'écologie a pour but de promouvoir les bonnes pratiques en matière de développement durable et d'éco-responsabilité au travers de solutions durables et réalisables dans le secteur hôtelier et touristique.

Nous sommes un groupe de quatre étudiants, deux francophones et deux anglophones qui avons pris la relève de l'association après le départ des anciens représentants vers un avenir prometteur. Tous engagés pour la protection de l'environnement, nous avons décidé de nous lancer dans la deuxième étape du programme Swisstainable.

SWISSTAINABLE

Ce programme de durabilité élaboré par Suisse Tourisme, se base sur des critères spécifiques en matière d'environnement et de durabilité au sein des entreprises. Le programme repose sur trois piliers: social, économique et environnemental qui doivent se croiser sur la vivabilité, la viabilité et la durabilité.

Dans notre cas, au sein de Vatel Switzerland, nous nous sommes principalement penchés sur l'aspect environnemental. Nos objectifs sont basés sur la volonté d'élaborer une procédure de "Waste Management" de qualité, au travers d'une mise en place concrète de



“ ”

Ce programme de durabilité élaboré par Suisse Tourisme, se base sur des critères spécifiques en matière d'environnement et de durabilité au sein des entreprises.
Le programme repose sur trois piliers: social, économique et environnemental qui doivent se croiser sur la vivabilité, viabilité et la durabilité.

In addition, during the year 2024, all the windows of the building will be changed to ensure temperatures adapted to each season.

We decided to install E-bikes from the local company "Vélo Spot" at the Vatel hotel. A practical and economical local alternative. By encouraging the use of these bikes, we are helping to combat air pollution and urban congestion, while offering customers and students a new way of getting around the city that is more sustainable.

WHY ARE WE INTERESTED IN THE ENVIRONMENT IN HOSPITALITY?

The environment plays a key role in the hospitality industry contributing to several factors. In the case of the Vatel hotel we are in a mountainous environment close to glaciers and ski resorts. Over the past six years, Swiss glaciers have melted by 12%. In addition, the Alpine region has experienced prolonged droughts, a lack of snow and temperatures well above the norm in recent years. These aspects could affect the tourist attraction of the Valais, which will have an economic impact on hotels in the region. The hotel industry must absolutely react to this threat by becoming greener without impacting guest comfort.

Beyond the harmful consequences for our planet, not taking into consideration these notions of environmental impact do not contribute to a positive image of our institution. In addition, current customers as well as new generations attach greater importance to the steps taken by companies in this regard.

poubelles de tri et d'une formation de sensibilisation de qualité envers le personnel. Nous avons placé des containers spécifiques pour les déchets recyclables, déchets organiques ainsi que les déchets non-recyclables afin de contribuer à la préservation de l'environnement.

De plus, au courant de l'année 2024, l'intégralité des fenêtres du bâtiment seront changées afin de garantir des températures adaptées à chaque saison.

Nous avons décidé d'installer des vélos électriques de l'entreprise locale "vélo spot" à l'hôtel Vatel. Une alternative pratique et économique locale. En encourageant l'utilisation de ces vélos, nous participons à la lutte contre la pollution de l'air et la congestion urbaine, tout en offrant aux clients et aux élèves une nouvelle manière de se déplacer en ville qui est plus durable. Association Sustainability Vatel Switzerland 2023-2024.

Löic MARCLAY
Rahel MEER
Chloe PERFECT
Constanza RIBI

Students / Bachelor's
in International Hotel
Management
at Vatel Switzerland



“ ”

Our objectives are based on the desire to develop a quality “Waste Management” procedure, through a concrete implementation of sorting bins and quality awareness training for staff.



POURQUOI S’INTÉRESSE-T-ON À L’ENVIRONNEMENT EN HÔTELLERIE?

L’environnement joue un rôle clé dans l’industrie hôtelière contribuant à plusieurs facteurs. Dans le cas de l’hôtel Vatel nous nous trouvons dans un environnement montagneux proche de glaciers et stations de ski. Durant ces six dernières années les glaciers suisses ont fondu de 12%¹. De plus l’espace alpin a connu des sécheresses prolongées, un manque de neige et des températures largement supérieures à la norme ces dernières années. Ces aspects pourraient affecter l’attrait touristique valaisan ce qui impactera les hôtels de la région sur le plan économique. L’industrie hôtelière doit absolument réagir face à cette menace en devenant plus écologique sans impacter le confort des clients.

Au-delà des conséquences néfastes pour notre planète, ne pas prendre en considération ces notions d’impact environnemental ne contribue pas à une image positive de notre institution. De plus, la clientèle actuelle ainsi que les nouvelles générations accordent une plus grande importance aux démarches qu’entreprendent les entreprises à cet égard.

Il est essentiel que l’hôtel se rende compte de l’impact qu’il a sur l’environnement. Simplement en changeant quelques opérations qui deviendront des habitudes par la suite. L’hôtellerie peut beaucoup contribuer à cette cause si importante.

NOS PROCÉDURES EN COURS

Comme énoncé plus haut, notre Waste Management a été amélioré grâce à la mise en place de pou-

It is essential that the hotel is aware of the impact it has on the environment. Simply by changing a few operations that will become habits later. The hotel industry can contribute a lot to this important cause.

OUR CURRENT PROCEDURES

As stated above, our Waste Management has been improved through the implementation of intuitive sorting bins throughout the facility. To minimize waste, we are trying to implement the “Vatel Fridge” concept, which will contain unsold items from our restaurant departments for the benefit of students and staff.

We are in the process of minimizing the water pressure of the bathrooms of our rooms to limit the consequent loss of water and will set up a reminder of our values and good practices on the televisions of each room to raise awareness among our customers on this subject.

Added to this is the renewal of our household products as well as the absorbent paper available to our customers which will be replaced by biodegradable paper. Our “waste-management” and water pressure are part of the environmental pillar mentioned above and intersect with the social pillar including “Vatel Fridge” which can have a positive impact on these users.

After obtaining the “Level I Committed” from Swiss-tainable acquired this spring, we will pass the “Level II Engaged” this fall and then the “Level III Leader” to become an establishment officially recognized as environmentally friendly.

“ ”

Au-delà des conséquences néfastes pour notre planète, ne pas prendre en considération ces notions d’impact environnemental ne contribue pas à une image positive de notre institution.

belles de tris intuitives dans l’ensemble de l’établissement. Pour minimiser le gaspillage, nous tentons de mettre en place le concept “Vatel Fridge” qui contiendra les invendus encore de grande qualité de nos départements de restauration au profit des étudiants et du personnel.

Nous sommes en train de minimiser la pression de l’eau des salles de bains de nos chambres afin de limiter la perte conséquente d’eau et mettrons en place un rappel de nos valeurs et des bonnes pratiques sur les télévisions de chaque chambre afin de sensibiliser notre clientèle à ce sujet.

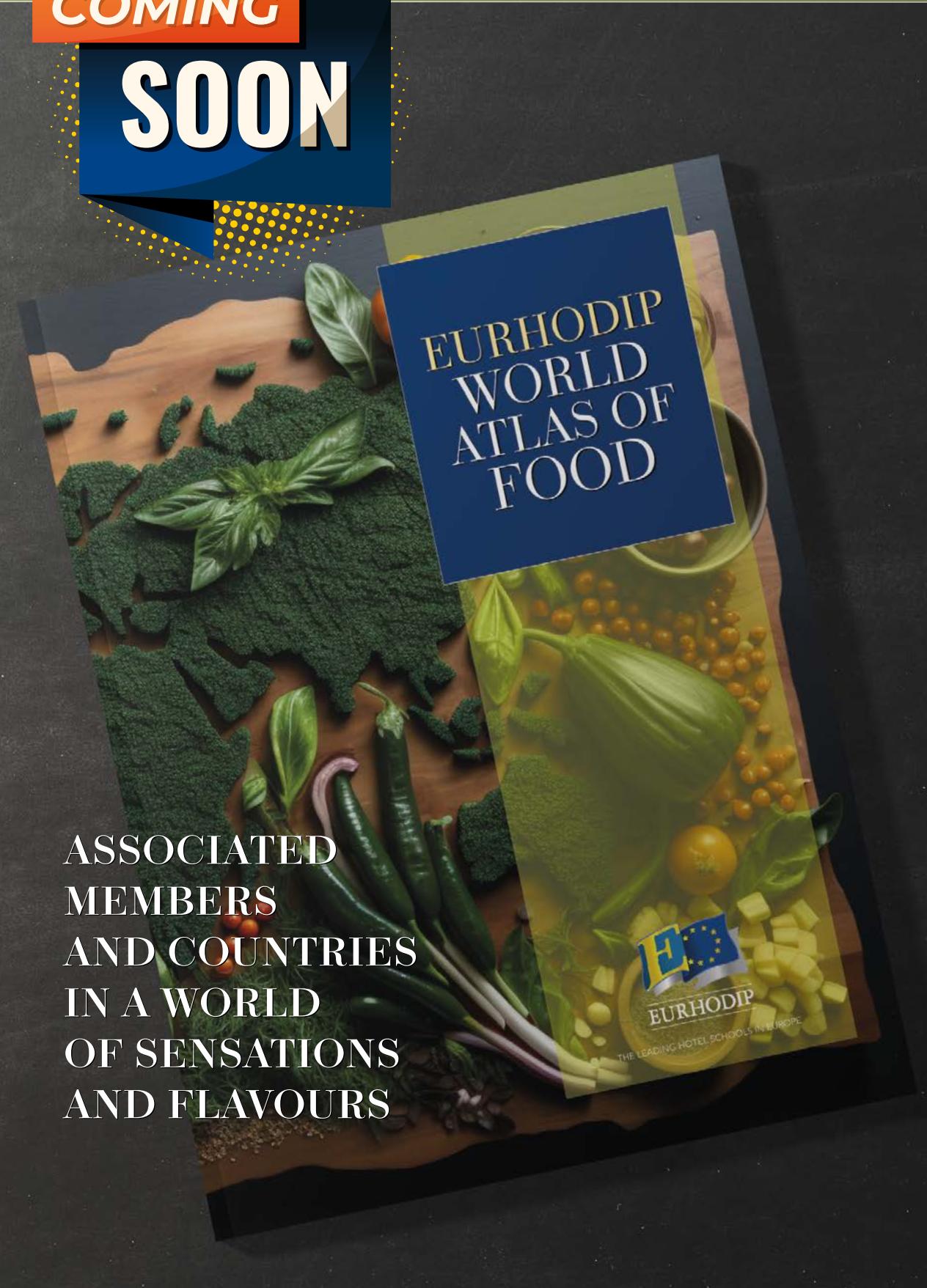
A cela s’ajoute le renouvellement de nos produits ménager ainsi que le papier absorbant à disposition de nos clients qui sera remplacé par du papier biodégradable. Notre “waste-management” et la pression de l’eau font parties du pilier environnemental cité auparavant et se croise avec le pilier social dont « Vatel Fridge » qui peut avoir un impact positif sur ces utilisateurs.

Après l’obtention du “Level I Committed” de Swiss-tainable acquis ce printemps, nous allons passer le “Level II Engaged” cet automne puis le “Level III Leader” afin de devenir un établissement officiellement reconnu comme étant respectueux de son environnement.

¹ Le Temps, 2023, “Swiss glaciers have lost half their volume since 1931”, available at: <https://www.letemps.ch/sciences/environnement/glaciers-suisses-ont-perdu-moitie-volume-1931>.

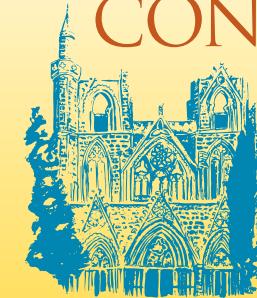
Le Temps, 2023, “les glaciers suisses ont perdu la moitié de leur volume depuis 1931”, disponible sur: <https://www.letemps.ch/sciences/environnement/glaciers-suisses-ont-perdu-moitie-volume-1931>.

**COMING
SOON**



ASSOCIATED
MEMBERS
AND COUNTRIES
IN A WORLD
OF SENSATIONS
AND FLAVOURS

30TH EURHODIP CONFERENCE



FAMAGUSTA
NORTH CYPRUS
1-5 NOV'2023

SUSTAINABILITY
AND INNOVATION
IN TOURISM
AND GASTRONOMY

DÉVELOPPEMENT DURABLE
ET INNOVATION
DANS LE TOURISME
ET LA GASTRONOMIE





PROGRAM

SUSTAINABILITY AND INNOVATION IN TOURISM AND GASTRONOMY

1 NOVEMBER Wednesday

- 10:00 - 18:00 Transfers from Airports (Ercan, Larnaca) and Registration
> Salamis Bay Conti Resort Hotel
- 18:00 - 19:30 **Welcome Cocktail** > Salamis Bay Conti Resort Hotel
- 19:40 Transfer from Salamis Bay Conti Resort Hotel
- 20:00 - 23:00 **Opening Ceremony** > Rauf Raif Denktaş Culture and Congress Center

2 NOVEMBER Thursday

- 08:45 Transfer from Salamis Bay Conti Resort Hotel
- 09:00 - 10:00 **Executive Board Meeting**
> Eastern Mediterranean University (EMU), Senate Room

BOARD MEMBERS

- 10:45 Transfer from Salamis Bay Conti Resort Hotel
- 11:00 - 11:15 Coffee/Tea Break
- 11:15 - 13:15 Board of Directors Meeting > EMU Senate Room
- 13:30 - 14:30 Lunch > EMU Faculty of Tourism Tower Restaurant
- 15:00 Return to Salamis Bay Conti Resort Hotel
- 15:30 - 17:30 General Assembly, Salamis Bay Conti Resort Hotel
- 19:00 Pickup from Salamis Bay Conti Resort Hotel
- 19:30 - 23:30 Dinner at a local restaurant

STUDENTS

- 08:45 Transfer of Culinary Arts Competition Students from the hotel to EMU
- 09:00 - 12:15 **Student Competitions**
 - **Tourism Management, Marketing Management, F&B Management**
> Salamis Bay Conti Resort
 - **Culinary Arts** > EMU, Faculty of Tourism
- 12:30 - 13:45 Lunch > Salamis Bay Conti Resort & EMU, Faculty of Tourism
- 14:00 - 17:00 **Student Competitions (Final Presentations)**
- 17:10 Transfer of Culinary Arts Competition Students from EMU to hotel
- 19:00 Pickup from Salamis Bay Conti Resort Hotel
- 19:30 - 23:30 Dinner at a local restaurant

GUESTS

- Free Morning
- 12:30 - 14:30 Lunch at the hotel
- 19:00 Pickup from Salamis Bay Conti Resort Hotel
- 19:30 - 23:30 Dinner at a local restaurant

3 NOVEMBER Friday

- 10:00 - 12:30 **Academic Conference Welcome and Keynote Speeches**
> Salamis Bay Conti Resort Hotel
- 12:30 - 13:55 Lunch at the Hotel
- 14:00 - 15:00 **Session I: Presentations and Speeches** > Hotel's Conference Hall
- 15:15 - 15:30 Coffee Break
- 15:30 - 16:30 **Session II: Presentations and Speeches** > Hotel's Conference Hall
- 16:30 - 16:45 Coffee Break
- 16:45 - 18:00 **Session III: Presentations and Speeches** > Hotel's Conference Hall
- 18:00 - 19:00 Networking and Free time
- 19:30 Dinner > Salamis Bay Conti Resort Hotel

4 NOVEMBER Saturday

- 10:00 Pickup from Salamis Bay Conti Resort Hotel
- 10:30 - 12:30 Salamis Ruins and St. Barnabas Tour
- 12:45 - 13:00 Panoramic Visit to Eastern Mediterranean University
- 13:30 - 15:00 Lunch
- 15:00 - 17:30 Famagusta Old City Tour
- 18:00 Return to hotel
- 19:45 Pickup from Salamis Bay Conti Resort Hotel
- 20:00 - 23:30 **Gala Dinner & Awards Ceremony**

5 NOVEMBER Sunday

Departure Day
Transfers from Salamis Bay Conti Hotel to Airports (Ercan, Larnaca)





PROGRAMME

1 NOVEMBRE Mercredi

- 10:00 - 18:00 Transferts en car depuis les Aéroports d'Ercan ou Larnaca vers l'Hôtel Salamis Bay Conti Resort
Une fois arrivés à l'Hôtel Salamis Bay Conti Resort il faut faire l'enregistrement
- 18:00 - 19:30 **Apéritif de bienvenue** à l'Hôtel Salamis Bay Conti Resort
- 19:40 Départ des transferts de l'Hôtel Salamis Bay Conti Resort vers le lieu de la cérémonie d'ouverture
- 20:00 - 23:00 **Cérémonie d'ouverture** au Centre Culturel et de Congrès Rauf Raif Denktaş

2 NOVEMBRE Jeudi

- 08:45 Départs des transferts de l'Hôtel Salamis Bay Conti Resort vers l'Université de la Méditerranée Orientale
- 09:00 - 11:00 **Réunion du Bureau exécutif**, Université de la Méditerranée Orientale (UMO), Salle du sénat (Senat Room)
- POUR LES MEMBRES DU BUREAU EXÉCUTIF**
- 10:45 Départ de l'Hôtel Salamis Bay Conti Resort
- 09:00 - 11:00 Pause Café/Thé
- 11:15 - 13:15 Réunion du conseil de Directeurs, UMO, Salle du Sénat
- 13:30 - 14:30 Déjeuner au Restaurant de la tour de la Faculté de Tourisme de l'UMO
- 15:00 Retour à l'Hôtel Salamis Bay Conti Resort
- 15:30 - 17:30 Assemblée Générale, Hôtel Salamis Bay Conti Resort
- 19:00 Départ de l'Hôtel Salamis Bay Conti Resort
- 19:30 - 23:30 Dîner dans un restaurant traditionnel
- POUR LES ÉTUDIANTS**
- 08:45 Départ des étudiants en compétition de Cuisine vers l'Université de la Méditerranée Orientale
- 09:00 - 12:15 **Compétitions**
- **Gestion de Tourisme, Gestion de Marketing, Gestion de F&B** à l'Hôtel Salamis Bay Conti Resort
 - **Compétition de Cuisine** à la Faculté de Tourisme de l'UMO
- 12:30 - 13:45 Déjeuner à l'Hôtel Salamis Bay Conti Resort et dans la Faculté de Tourisme de l'UMO (pour les étudiants en compétition de cuisine)
- 14:00 - 17:00 **Compétitions (Présentations Finales)**
- 17:10 Retour à l'hôtel, pour les étudiants ayant participé à la compétition de Cuisine
- 19:00 Départ de l'Hôtel Salamis Bay Conti Resort Hotel
- 19:30 - 23:30 Dîner dans un restaurant traditionnel
- INVITÉS**
- Matin libre
- 12:30 - 14:30 Déjeuner à l'Hôtel
- 19:00 Transfert depuis l'Hôtel Salamis Bay Conti Resort
- 19:30 - 23:30 Diner dans un restaurant traditionnel

3 NOVEMBRE Vendredi

- 10:00 - 12:30 **Conférence - Accueil et discours introductoires** à l'Hôtel Salamis Bay Conti Resort
- 12:30 - 13:55 Déjeuner à l'Hôtel
- 14:00 - 15:00 **1ère Session: Présentations et allocutions** (Salle de conférence de l'Hôtel)
- 15:15 - 15:30 Pause-café
- 15:30 - 16:30 **2ème Session: Présentations et allocutions** (Salle de conférence de l'Hôtel)
- 16:30 - 16:45 Pause-café
- 16:45 - 18:00 **3ème Session: Présentations et allocutions** (Salle de conférence de l'Hôtel)
- 18:00 - 19:00 Rencontres institutionnels et temps libre
- 19:30 Dîner à l'hôtel Salamis Bay Conti Resort

4 NOVEMBRE Samedi

- 10:00 Départ de l'hôtel Salamis Bay Conti Resort
- 10:30 - 12:30 Visite des ruines de Salamis et du monastère de St. Barnabas
- 12:45 - 13:00 Visite de l'Université de la Méditerranée Orientale
- 13:30 - 15:00 Déjeuner
- 15:00 - 17:30 Visite de la vieille ville de Famagusta
- 18:00 Retour à l'hôtel
- 19:45 Départ du transfert depuis l'Hôtel Salamis Bay Conti Resort vers le lieu de la Cérémonie de Gala
- 20:00 - 23:30 **Dîner de Gala et Cérémonie de remise des prix**

5 NOVEMBRE Dimanche

- Jour de départ
Transferts à partir de l'hôtel Salamis Bay Conti vers les aéroports de Ercan ou Larnaca





Prof. Dr. Hasan Kılıç

Congress Chair
Eastern Mediterranean University, Faculty of Tourism
hasan.kilic@emu.edu.tr



Assoc. Prof. Dr. Ali Öztüren

Chair of Organizing Committee
Eastern Mediterranean University, Faculty of Tourism
ali.ozturen@emu.edu.tr



Assist. Prof. Dr. Güven Ardahan, Ph.D.

Administrative Coordinator
Eastern Mediterranean University, Faculty of Tourism
guven.ardahan@emu.edu.tr



Prof. Dr. Osman Karatepe

Chair of Scientific Committee
Eastern Mediterranean University, Faculty of Tourism
osman.karatepe@emu.edu.tr



Assoc. Prof. Dr. Mine Haktanır

Scientific Committee
Eastern Mediterranean University, Faculty of Tourism
mine.haktanir@emu.edu.tr



Assist. Prof. Dr. İlkay Yorgancı

Scientific Committee
Eastern Mediterranean University, Faculty of Tourism
ilkay.yorganci@emu.edu.tr



Assist. Prof. Dr. Hamed Rezapouraghdam

Scientific Committee
Eastern Mediterranean University, Faculty of Tourism
hamed.rezapouraghdam@emu.edu.tr



Assist. Prof. Dr. Rüchan Kayaman

Marketing, Media, Public Relations
Eastern Mediterranean University, Faculty of Tourism
ruchan.kayaman@emu.edu.tr



Assist. Prof. Dr. Ali Özdurán

Scientific Committee
Eastern Mediterranean University, Faculty of Tourism
ali.ozduran@emu.edu.tr



Assist. Prof. Dr. Özlem Altun

Scientific Committee
Eastern Mediterranean University, Faculty of Tourism
ozlem.altun@emu.edu.tr



Instr. Koral Karamanoğlu

Tour and Entertainment Coordinator
Eastern Mediterranean University, Faculty of Tourism
koral.karamanoglu@emu.edu.tr

**GASTRONOMY AND CULINARY ARTS
ORGANIZING & COORDINATION COMMITTEE**
**GASTRONOMIE ET ARTS CULINAIRES
COMITÉ D'ORGANISATION
ET DE COORDINATION**



Sr. Instr. KURTULUŞ ÖZBAŞAR



Specialist PINAR BARUT



Sr. Instr. MÜNEVVER GÜREL



Instr. MİNE ADALIER



Instr. TANYA KİLİTKAYALI

**CONFERENCE SECRETARIAT AND LOGISTICS
SECRÉTARIAT ET LOGISTIQUE
DE LA CONFÉRENCE**

Ms. Ayse Uludag

Office of the Organizing Committee Chair
Eastern Mediterranean University, Faculty of Tourism
Tel: +90 392 630 1269
ayse.sehzade@emu.edu.tr

Mr. Kaan Özorkut

Eastern Mediterranean University, Faculty of Tourism
Tel: +90 392 630 1686
kaan.ozkorkut@emu.edu.tr

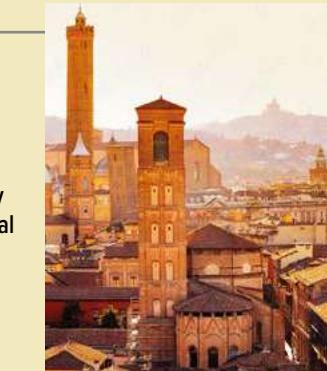
EURHODIP CONFERENCES TOPICS 2008-2023

**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*



**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 21^{ème} siècle*

**2018 NOVEMBER
PULA / POREC
CROATIA**

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

**2019 NOVEMBER
İSTANBUL
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!*

**2022 NOVEMBER
ÉVORA
PORTUGAL**

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

**2023 NOVEMBER
FAMAGUSTA
NORTH CYPRUS**

Sustainability and innovation
in tourism and gastronomy!
*Développent durable
et innovation dans le tourisme
et la gastronomie*





**31st EURHODIP
CONFERENCE**
tünisja

6-10 NOV 2024

**THE SCHOOL
OF TOMORROW**

**What impacts do Artificial
Intelligence and new
technologies have on
Hospitality and Tourism
Education?**

L'ECOLE DE DEMAIN

**Quels impacts génèrent
l'Intelligence Artificielle
et les Nouvelles Technologies
sur l'enseignement de
l'hôtellerie et du tourisme?**

