

magazine

eurhodip

SPRING | SUMMER 2023

www.eurhodip.com



THE LEADING HOTEL SCHOOLS IN EUROPE

NEWS FROM MEMBERS

- WILL OUR TEACHERS HAVE TO TAKE OVER CHAT GPT?
- CUSTOMER CENTRICITY – HOW CAN THIS TREND BE APPLIED TO HOSPITALITY?

FOCUS

- 30TH CONFERENCE
FAMAGUSTA – NORTH CYPRUS

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 millenium

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



WITH THE FIRST HALF OF 2023 almost over and spring at its peak, it is time for another issue of the EURHODIP Magazine.

After the **outstanding** success of the 29th EURHODIP Conference in Évora, we dedicate this issue to the 97th Board of Directors' Meeting and the 58th Executive Board Meeting in Tangiers, Morocco.

I would like to take this opportunity to thank our hosts, "ISITT – Institut Supérieur International de Tourisme de Tanger", in the person of its acting Director Mr Adnane Afquir, and our former colleague and Board member Mr Mohamed Ali Amedjehdi, for all their efforts to host this important meeting.

As the school year is about to end, we have been fortunate enough to witness the rapid recovery of the tourism sector globally.

Even with the ongoing war in Europe, and the subsequent political and economic instability it continues to cause around the world, we anticipate a great year for tourism, and with it a much-needed boost to our schools, ensuring the recruitment season ahead goes smoothly. We must continue our work guiding young people to a meaningful career in the hospitality sector.

The task is not easy, youngsters are changing, the Generation Z is joining hospitality schools and companies, and they have different concerns and maybe less tolerance to the typical schedules. These youngsters tend to be more tech savvy, more self-centred, but also more global, and more sensitive to social and environmental issues, thus adopting more sustainable attitudes. We, the teachers, and managers, must adapt to the new ways of Generation Z kids and our schools must, once again, be able to act as a bridge between them and the job market.

AVEC LE PREMIER SEMESTRE 2023 presque achevé et le printemps à son apogée, il est grand temps pour un nouveau numéro du magazine EURHODIP.

Après une 29e conférence EURHODIP, activité réalisée à Évora, au Portugal, qui s'est déroulée d'une façon **exceptionnel**, nous souhaitons dédier ce numéro à la 97^e réunion du Conseil d'Administration de l'EURHODIP et à la 58^e réunion du Bureau, événements qui ont eu lieu à Tanger, au Maroc.

Ceci dit, je tiens tout d'abord à remercier l'ISITT – Institut Supérieur International de Tourisme de Tanger, en la personne de son Directeur par intérim Monsieur Adnane Afquir, tout ainsi que notre ancien collègue et membre du Conseil, Monsieur Mohamed Ali Amedjehdi, pour tous leurs efforts et pour ce formidable accueil au Maroc le temps de cette importante réunion.

L'année scolaire arrive à sa fin et aujourd'hui, heureusement, nous assistons, partout dans le monde, à une épatante reprise du secteur du touristique.

En dépit de la guerre en Ukraine et, donc de l'instabilité politique et économique que cet événement a été provoqué, nous prévoyons une excellente année pour le tourisme. Pour l'année prochaine nous devinons aussi un boost d'énergie tant nécessaire pour nos écoles, cette force sera aussi acheminée pour le succès de la saison de recrutement à venir. Or, pour le succès de cette lourde tâche nous devons travailler davantage pour guider les jeunes vers un parcours de succès dans le secteur de l'hôtellerie.

“ ”

Even with the ongoing war in Europe, and the subsequent political and economic instability it continues to cause around the world, we anticipate a great year for tourism, and with it a much-needed boost to our schools, ensuring the recruitment season ahead goes smoothly. We must continue our work guiding young people to a meaningful career in the hospitalit.

We will have the chance to think and reflect on these challenges at the 30th Annual Conference of EURHODIP, hosted by Eastern Mediterranean University in Famagusta, Northern Cyprus, between November 1st and 5th. The theme of the aforementioned conference is "Sustainability and innovation in tourism and gastronomy". This subject is perfectly aligned with the goals I've outlined and answers our present-day concerns.

In this issue we will inform you of the different activities our associates have been sending us, and we've have selected a set of diverse but very interesting articles that we hope you will enjoy.

Thank you for reading and I hope to see you soon in one of our activities.



Paulo Revés
President | Président

“ ”

En dépit de la guerre en Ukraine et, donc de l'instabilité politique et économique que cet événement a été provoqué, nous prévoyons une excellente année pour le tourisme. Pour l'année prochaine nous devinons aussi un boost d'énergie tant nécessaire pour nos écoles, cette force sera aussi acheminée pour le succès de la saison de recrutement à venir. Or, pour le succès de cette lourde tâche nous devons travailler davantage pour guider les jeunes vers un parcours de succès dans le secteur de l'hôtellerie.

La tâche devant nous n'est pas facile, nos élèves ont changé, la Génération Z qui rejoint aujourd'hui les écoles de gestion hôtelière et les entreprises ont des attentes différentes et, peut-être, une moindre tolérance au stress. Cette génération est plus connectée, d'avantage tournée vers elle-même, et, paradoxalement, plus global et attachée au défis environnementaux et sociaux. Nous, les enseignants et directeurs, sommes priés de nous adapter à ces nouveaux défis et nos écoles doivent, une fois de plus, être capables de faire le pont entre nos élèves et le marché du travail.

Entre le 1er et le 5 novembre, nous aurons l'occasion de réfléchir sur les défis à venir, lors de la 30ème conférence annuelle de l'EURHODIP, en 2023 cet événement sera organisé par l'Université de la Méditerranée orientale à Famagouste, dans le nord de l'île de Chypre. Cette conférence sera organisée sur le thème de la "Durabilité et innovation pour le tourisme et gastronomie", un sujet d'actualité et qui est parfaitement aligné avec les objectifs que nous venons de souligner.

Dans ce numéro de magazine, nous avons essayé de vous informer sur les différentes activités organisées par nos associés, d'après les informations recueillies auprès de nos associés, et nous avons sélectionné un certain nombre d'articles très intéressants qui, nous l'espérons, vous plairont.

Je vous souhaite une bonne lecture et j'espère vous voir bientôt dans l'une de nos prochaines activités.



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

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

**Editorial coordination
Coordination éditoriale**
Paulo Revés

**Texts collection and organization
Collecte et organisation de texte**
Paulo Baptista

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 May Mai

Printing | Tirage
300 units unités

Image credits | Crédits photos
Cover:
© Serhii Kurlia / Shutterstock
Back cover:
© M Selcuk Oner / Shutterstock
Conference logo silhouette:
© Natalia Tosun / 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

EURHODIP NEWS

TURISMO DE PORTUGAL, IP AND
COTHM FROM LAHORE, PAKISTAN –
TWO EURHODIP MEMBERS SIGN A
MEMORANDUM OF UNDERSTANDING

29TH ANNUAL CONFERENCE
ÉVORA 2022

BOD MEETING PREPARATION
IN TANGER – MOROCCO

30TH GEORGE BAPTISTE
EUROPEAN CUP

FROM SEVILLE TO THE WORLD
WELCOME TO AVOLUTION LAB,
FIRST GLOBAL AVOCADO HUB

VIII PROVINCIAL COUNCIL OF SEVILLA
AWARD – BEST WINES AND SPIRITS

NEWS FROM OUR MEMBERS

WILL OUR TEACHERS HAVE
TO TAKE OVER CHAT GPT?
Henri Magne

IAL EMILIA ROMAGNE –
A STORY OF COURAGE AND PRIDE

CUSTOMER CENTRICITY –
HOW CAN THIS TREND BE
APPLIED TO HOSPITALITY?
Marta Sotto-Mayor

EURHODIP 2023 CREATIVE TEACHER COMPETITION

A QUICK GUIDE TO PAKISTANI CUISINE

EURHODIP CREATIVE STUDENT COMPETITIONS

CONFERENCE 2023
FAMAGUSTA – NORTH CYPRUS
SUSTAINABILITY AND INNOVATION
IN TOURISM AND GASTRONOMY

PROGRAM

THE ORGANIZER TEAM

04 NOUVEAUX MEMBRES CANDIDATS

05 EURHODIP ACTUALITÉS

05 TURISMO DE PORTUGAL, IP
ET COTHM DE LAHORE, AU PAKISTAN
– DEUX MEMBRES D'EURHODIP
SIGNENT UN JUMELAGE

06 29ÈME CONFÉRENCE ANNUELLE
ÉVORA 2022

08 PRÉPARATION DE LA RÉUNION
DU CA À TANGER – MAROC

09 30ÈME COUPE EUROPEËNE
GEORGES BAPTISTE

10 DE SÉVILLE AU MONDE
BIEN VENUE À AVOLUTION LAB,
PREMIER HUB MONDIAL SUR L'AVOCAT

12 VIII PRIX DU CONSEIL PROVINCIAL
DE SÉVILLE – MEILLEURS VINS ET SPIRITUEUX

14 DES NOUVELLES DE NOS MEMBRES

14 NOS ENSEIGNANTS DEVRONT-ILS
S'EMPARER DE CHAT GPT?

16 IAL EMILIA ROMAGNA – UNE HISTOIRE
DE COURAGE ET DE FIERTÉ
Ciro Donnarumma

18 CUSTOMER CENTRICITY
– COMMENT CETTE TENDANCE PEUT-ELLE
ÊTRE APPLIQUÉE À L'HÔTELLERIE?

22 EURHODIP 2023 CONCOURS DE L'ENSEIGNANT CRÉATIF

25 PETIT GUIDE DE LA CUISINE PAKISTANAISE

30 EURHODIP 2023 CONCOURS ÉTUDIANT

32 CONFÉRENCE 2023
FAMAGOUSTE – NORD DE CHYPRE
DURABILITÉ ET INNOVATION POUR
LE TOURISME ET GASTRONOMIE

32 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

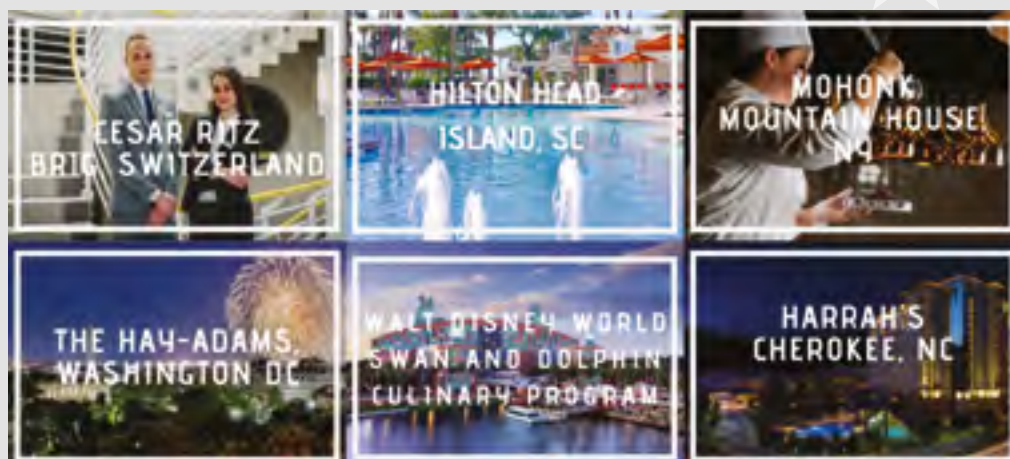


Yummy Jobs Ltd is an international recruitment company that specialises in Summer Jobs in the USA in the Hospitality industry, the best Hospitality Internships in the USA and Study Hospitality opportunities in Switzerland. Yummy Jobs Ltd was founded in the year 2000 and has developed many successful 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.



United Kingdom
www.yummyjobs.com

TURISMO DE PORTUGAL, IP AND COTHM FROM LAHORE, PAKISTAN TWO EURHODIP MEMBERS SIGN A MEMORANDUM OF UNDERSTANDING

TURISMO DE PORTUGAL  escolas



TURISMO DE PORTUGAL, IP ET COTHM DE LAHORE, AU PAKISTAN DEUX MEMBRES D'EURHODIP SIGNENT UN JUMELAGE

ON THE 7TH OF FEBRUARY 2023, Turismo de Portugal, IP and the College of Tourism & Hotel Management – COTHM from Lahore, Pakistan, signed a cooperation protocol for the exchange of students and teachers between the two institutions that provide professional training in the area of Hospitality and Tourism in the respective countries.

This protocol is part of Turismo de Portugal, IP's strategy for the internationalization of students and teachers training, which Turismo de Portugal, IP – Escola has been developing in recent years with other partners such as Brazil, Mozambique, India, France and Canada.

The document was signed by the President of Turismo de Portugal, IP, Luis Araújo and Ahmad Shafiq, Founder and CEO of COTHM Pakistan & Dubai.

LE 7 FÉVRIER 2023, Turismo de Portugal, IP et le College of Tourism & Hotel Management – COTHM de Lahore, Pakistan, ont signé un protocole de coopération pour l'échange d'étudiants et d'enseignants entre les deux institutions qui dispensent une formation professionnelle dans le domaine de l'hôtellerie et tourisme dans les pays respectifs.

Ce protocole fait partie de la stratégie de Turismo de Portugal, IP pour l'internationalisation de la formation des étudiants et des enseignants, que Turismo de Portugal, IP – Escola a développé ces dernières années avec d'autres partenaires tels que le Brésil, le Mozambique, l'Inde, la France et le Canada.

Le document a été signé par le président de Turismo de Portugal, IP, Luis Araújo et Ahmad Shafiq, fondateur et PDG de COTHM Pakistan & Dubai.





LE PORTUGAL ET SES INSTITUTIONS, dans les domaines d'activité les plus divers, sont reconnus comme d'excellents hôtes.

C'est donc avec cette responsabilité, ce sens d'engagement et d'appartenance que Turismo de Portugal et ses Écoles, en tant que membres actifs d'Eurhodip, ont accepté le défi d'organiser la 29ème Conférence Annuelle de notre Association.

La ville millénaire d'Évora, dans l'Alentejo, a été le théâtre de moments de vrai partage, permettant aux étudiants, enseignants et réalisateurs d'enrichir leurs compétences, de découvrir une culture différente et de faire des comparaisons.

L'expérience à l'échelle internationale permet de deviner la valeur ajoutée que nous pouvons tous en tirer.

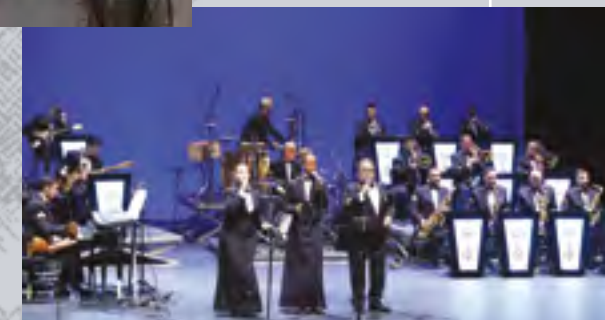
D'autre part, ce même projet, ce sentiment de partage, a renforcé les liens et solidifié le projet européen à une époque qui veut, plus que jamais, la cohésion européenne dans ses principes et ses valeurs.



Opening ceremony
| Cultural moments



96th Board of Directors meeting
| *Convento do Espinheiro, Évora*



29th Annual Conference
| *Convento do Espinheiro,*
Évora



**Opening ceremony
– official speeches**

- | Évora city Mayor – Évora,
Pinto de Sá
- | Eurhodip President,
Paulo Revés
- | Turismo de Portugal, I.P.
Board Member,
Filipe Silva



BOD MEETING PREPARATION IN TANGER – MOROCCO



PRÉPARATION DE LA RÉUNION DU CA À TANGER – MAROC

BETWEEN JANUARY 13 AND 15, 2023, a Eurhodip delegation travelled to Tangier, Morocco, in preparation for the next BoD meeting in May.

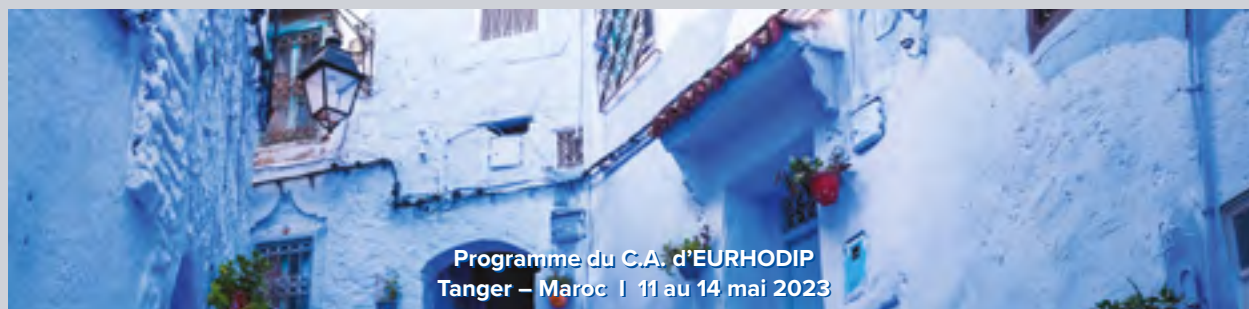
The Eurhodip representatives host, ISITT – Institut Supérieur International de Tourisme de Tanger, in the person of the Director of that higher education institution, Mr Adnane Afquir, the venue for the meeting and the cultural visit that usually takes place on this occasion were visited. Remember that it is at this time that the Executive Board also meets in person.

It was from this trip to prepare for the EB and BoD meetings that resulted in the program below.

ENTRE LE 13 ET LE 15 JANVIER 2023, une délégation Eurhodip s'est rendue à Tanger, au Maroc, en préparation de la prochaine réunion du CA en mai.

L'hôte des représentants Eurhodip, ISITT – Institut Supérieur International de Tourisme de Tanger, en la personne du Directeur de cet établissement d'enseignement supérieur, Monsieur Adnane Afquir, le lieu de la rencontre et la visite culturelle qui a lieu habituellement à cette occasion ont été visités. Rappelons que c'est à cette période que le Bureau Exécutif se réunit également en personne.

C'est à partir de ce voyage pour préparer les réunions du CE et du CA qu'a résulté le programme ci-dessous.



Programme du C.A. d'EURHODIP
Tanger – Maroc | 11 au 14 mai 2023

Jeu	Ven	Sam	Dim
Jeu	Ven	Sam	Dim
Jeu	Ven	Sam	Dim
Jeu	Ven	Sam	Dim
Arrivée et accueil a Aéroport de Tanger – Gare de Tanger Transfert à l'Hôtel Farah Diner de bienvenue	Hôtel Farah 09h00 Réunion du bureau exécutif 10h30 Réunion du Conseil d'Administration. 13h30 Déjeuner 16h00 Visite de l'ISITT Visite touristique de la ville de Tanger. Diner marocain	Excursion au Nord du Maroc 09h00 Départ Tétouan et Chaouen Déjeuner a Chaouen Retour a Tanger Diner de Gala a l'Hôtel Farah	Départ: Transfert a Aéroport de Tanger – Gare de Tanger

© Pavel Szabo / Shutterstock



30ÈME COUPE EUROPEÉENNE GEORGES BAPTISTE

30 MARCH | 2 APRIL 2023
EHT DOURO – LAMEGO



BETWEEN MARCH 30TH AND APRIL 2ND and after two years of interregnum, the School of Hospitality and Tourism of Douro-Lamego, Eurhodip Member, hosted the 30th edition of this competition that puts to the test the skills of students from Schools of European Hospitality, in the Arts of Table Service.

Twelve competitors from twelve countries competed in one of the most demanding international competitions in this field, clearly promoting the art of good service, showing and demonstrating that Table Service in Restaurants is alive and recommended.

Students, teachers and judges also had the opportunity to get to know a little more about the region where the competition was held, this time in the north of Portugal, with cultural and touristic visits in the beautiful region of Lamego and Alto Douro Vinhateiro, the latter, UNESCO Heritage of Humanity since 2001, well representing the landscape that characterizes the vast Douro Demarcated Region, the oldest regulated wine-growing region in the world.

This edition was won by Gwen Marijn Klerx, from ROC Mondriaan School, in The Hague, The Netherlands.

ENTRE LE 30 MARS ET LE 2 AVRIL et après deux ans d'interregne, l'École d'Hôtellerie et de Tourisme du Douro-Lamego ont accueilli la 30e édition de ce concours qui met à l'épreuve les compétences des étudiants des écoles d'hôtellerie européenne, dans les Arts du Service de la Table.

Douze concurrents de douze pays ont participé à l'une des compétitions internationales les plus exigeantes dans ce domaine, promouvant clairement l'art du bon service, montrant et démontrant que le service à table dans les restaurants est vivant et recommandé.

Les étudiants, les enseignants et les juges ont également eu l'occasion d'en savoir un peu plus sur la région où se déroulait le concours, cette fois dans le nord du Portugal, avec des visites culturelles et touristiques dans la belle région de Lamego et Alto Douro Vinhateiro, la ce dernier, patrimoine de l'humanité de l'UNESCO depuis 2001, représentant bien le paysage qui caractérise la vaste région délimitée du Douro, la plus ancienne région viticole réglementée au monde.

Cette édition a été remportée par Gwen Marijn Klerx, de la ROC Mondriaan School, à La Haye, aux Pays-Bas.

VIII PROVINCIAL COUNCIL OF SEVILLA AWARD BEST WINES AND SPIRITS



VIII PRIX DU CONSEIL PROVINCIAL DE SÉVILLE MEILLEURS VINS ET SPIRITUEUX

THE ESHS participated on Thursday, April 13 at the Portuguese Consulate of the city of Seville in the VIII Provincial Council of Sevilla Award for the best wines and spirits in our province.

The president of the Provincial Council of Seville, Fernando Rodríguez Villalobos, has presided over the reading of the jury's decision and the delivery of the eighth edition of this award, in an event that brought together 200 people.

Mirlo Barrica, from Bodegas Tierra Savia; *Colonia 40*, from Bodega Colonias de Galeón; *Vermut Florum Rojo*, from Vermut Florum; *Cistus Tinaja*, from Bodega La Margarita; and *Anís Seco La Flor de Utrera*, from De Distillería La Flor de Ut.

This Award, created by Prodetur-Tourism of the province, aims to promote a greater knowledge of the wines produced in the Sevillian territory and promote their commercialization, as well as promote oenological culture as a tourist experience.

Congratulations to the winners and very pleased to have contributed from our ESHS for having hosted the contest and final phase two weeks ago.

L'ESHS a participé le jeudi 13 avril au consulat du Portugal de la ville de Séville au VIII Prix du Conseil provincial de Séville pour les meilleurs vins et spiritueux de notre province.

Le président du Conseil provincial de Séville, Fernando Rodríguez Villalobos, a présidé la lecture de la décision du jury et la remise de la huitième édition de ce prix, lors d'un événement qui a réuni 200 personnes.

"Mirlo Barrica", de Bodegas Tierra Savia; "Colonia 40", de Bodega Colonias de Galeón; "Vermut Florum Rojo", de Vermut Florum; "Cistus Tinaja", de Bodega La Margarita; et "Anís Seco La Flor de Utrera", de De Distillería La Flor de Ut.

Ce prix, créé par Prodetur-Tourisme de la province, vise à promouvoir une meilleure connaissance des vins produits sur le territoire sévillan et à promouvoir leur commercialisation, ainsi qu'à promouvoir la culture œnologique en tant qu'expérience touristique.

Félicitations aux gagnants et très heureux d'avoir contribué de notre ESHS pour avoir accueilli le concours et la phase finale il y a deux semaines.



- ★ 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!

WILL OUR TEACHERS HAVE TO TAKE OVER CHAT GPT?

NOS ENSEIGNANTS DEVRONT-ILS S'EMPARER DE CHAT GPT?

NEW ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) techniques used to generate content in various formats have flourished in recent years. Now, in the landscape, comes an AI-based text content generator: Chat GPT, developed by OpenAI. The acronym GPT stands for "Generative Pre-trained Transformer", i.e. its content is generated by discussions between the user and the machine, thus producing human-like text, on almost any subject and for use in various applications. The most successful version to date can generate interference regarding the emotions of the user depending on the text provided to him, words showing for example feelings of frustration, sadness, happiness, etc. Chat GPT is now developing at such a pace that it poses challenges for our schools who must then react with a thoughtful and above all timely response.

Many teachers today readily admit that a small third of their students have already experienced Chat GPT. But tomorrow, they will work with AI, which forces their teachers to teach them how to use it in a relevant way. However, although often criticized for the risks of cheating and errors, the conversational robot is a real innovation that proves to be very useful to our teachers.

The first pedagogical utility of the robot is to develop the critical thinking of our students. The teacher asks a question to Chat GPT and then asks his students to see what is missing or inaccurate in the answer. However, students may not have the ability to critically evaluate the information provided. This is where the teacher has his role as a coach to help students overcome their difficulties and develop their skills. But make no mistake, the physical presence of a human coach will be essential for a long time as is the case in interactive learning.

The second utility will help them prepare their courses. For example, if they need to produce a plan to teach a course enrolled in the program or requested by students, the machine will offer them objectives, sequencing, activities and even an evaluation grid. What time saved!

Or, teachers can ask the robot to create course materials, additional exercises or case studies from real-life situations in the hotel, restaurant or tourism industry.

DE NOUVELLES TECHNIQUES d'intelligence artificielle (IA) utilisées pour générer du contenu dans divers formats ont fleuri ces dernières années. Voici que maintenant, dans le paysage, arrive un générateur de contenu textuel basé sur l'IA : Chat GPT, développé par OpenAI. L'acronyme GPT signifie "Generative Pre-trained Transformer", c'est à dire que son contenu est généré par des discussions entre l'utilisateur et la machine, produisant ainsi du texte de type humain, sur quasiment tous les sujets et pour une utilisation dans diverses applications. La version la plus aboutie à ce jour peut générer des interférences concernant les émotions de l'utilisateur en fonction du texte qui lui est fourni, des mots montrant par exemple des sentiments de frustration, de tristesse, de bonheur, etc... Chat GPT se développe aujourd'hui à un tel rythme qu'il pose des défis à nos écoles qui doivent alors réagir avec une réponse réfléchie et surtout en temps opportun.

De nombreux enseignants reconnaissent volontiers aujourd'hui qu'un petit tiers de leurs étudiants ont déjà expérimenté Chat GPT. Or demain, ceux-ci travailleront avec l'IA ce qui oblige leurs enseignants à leur apprendre à s'en servir de manière pertinente. Or, bien que souvent décrié pour les risques de triches et d'erreurs, le robot conversationnel est une véritable innovation qui s'avère être bien utile à nos enseignants.

La première utilité pédagogique du robot consiste à développer l'esprit critique de nos étudiants. L'enseignant pose une question à Chat GPT puis demande à ses étudiants de voir ce qui manque ou ce qui est inexact dans la réponse. Or les étudiants peuvent ne pas avoir la capacité d'évaluer de manière critique les informations fournies. C'est là que l'enseignant a tout son rôle de coach pour aider les étudiants à surmonter leurs difficultés et à développer leurs compétences. Mais ne nous y trompons pas, la présence physique d'un coach humain sera encore longtemps indispensable comme c'est le cas dans l'apprentissage interactif.

La seconde utilité va les aider à préparer leurs cours. Par exemple, s'ils ont besoin de produire un plan pour enseigner un cours inscrit au programme ou réclamé par les étudiants, la machine va leur proposer des objectifs, un séquençage, des activités et même une grille d'évaluation. Quel temps gagné !

Ou encore, les enseignants peuvent demander au robot de créer des supports de cours, des exercices supplémentaires ou des études de cas tirés de situations réelles vécues dans l'hôtellerie, la restauration ou le tourisme.

Mais Chat GPT n'intéresse pas seulement les enseignants, il peut constituer, par exemple, un bon ré-

“ ”

...it is crucial that our teachers and pedagogical leaders start having discussions with students about the use of GPT Chat in education because it is with an open and honest dialogue that we can highlight the benefits and limitations of AI technologies and help them use them responsibly and ethically.

But Chat GPT is not only of interest to teachers, but it can also be, for example, a good tutor for students who want to progress in foreign languages by allowing them to practice and improve their language skills through interactive conversations. But the use of the robot by students also raises many questions. If they submit assignments generated using GPT Chat, is it considered ethical? How should teachers assess students' knowledge? Can we differentiate the content created by Chat GPT with that generated only by the human brain? These questions are worth pondering by every teacher.

We then measure how quickly this AI-powered tool will disrupt pedagogy in our schools. As a Chinese idiom says, "water can carry a boat, but it can also overturn it." This reminds us that everything has advantages and disadvantages and that it is therefore important to remain aware of the risks and to take the necessary precautions. It is of utmost importance to use Chat GPT responsibly and ethically, to ensure that the result matches the desired use cases because to shift from "training" to "learning" is somehow changing perspective.

It is no longer a question of training bringing students into pre-established paths so that they acquire knowledge, but of getting them to learn. They need to realize that if they want to develop skills that they can use in their professional careers, they need to learn to become independent thinkers who can solve problems on their own. Their time in higher education is the time to build and refine those skills that will serve them for the rest of their lives.

To sum up, it is crucial that our teachers and pedagogical leaders start having discussions with students about the use of GPT Chat in education because it is with an open and honest dialogue that we can highlight the benefits and limitations of AI technologies and help them use them responsibly and ethically.

In conclusion and as educators, we should embrace this technology in our teaching and strive to integrate it in a way that complements our learning goals, rather than working against them. The exciting world of AI is here to stay, so we need to prepare students for a future that will undoubtedly be shaped by these technologies.

pétiteur pour les étudiants qui souhaitent progresser en langues étrangères en leur permettant de pratiquer et d'améliorer leurs compétences linguistiques grâce à des conversations interactives. Mais l'utilisation du robot par les étudiants pose aussi de nombreuses questions. S'ils soumettent des devoirs générés à l'aide de Chat GPT, est-ce considéré comme éthique? Comment les enseignants devraient-ils évaluer les connaissances des étudiants. Peut-on différencier le contenu créé par Chat GPT avec celui généré uniquement par le cerveau humain? Ces questions valent la peine d'être méditées par chaque enseignant.

On mesure alors combien cet outil issu de l'IA va rapidement bouleverser la pédagogie dans nos écoles. Comme le dit un idiome chinois "l'eau peut transporter un bateau, mais peut aussi le renverser". Cela nous rappelle alors que tout a des avantages et des inconvénients et qu'il est donc important de rester conscient des risques, et de prendre les précautions nécessaires. Dans cet esprit, il est de la plus haute importance d'utiliser Chat GPT de manière responsable et éthique, afin de s'assurer que le résultat correspond aux cas d'utilisation souhaités car passer du « training » au "learning", c'est en quelque sorte changer de perspective.

Il ne s'agit plus de former, c'est-à-dire faire entrer les étudiants dans des parcours préétablis pour qu'ils acquièrent des connaissances, mais de les amener à apprendre. Ils doivent prendre conscience que s'ils veulent développer des compétences qu'ils pourront utiliser dans leur carrière professionnelle, ils doivent apprendre à devenir des penseurs indépendants capables de résoudre des problèmes par eux-mêmes. Leur temps dans l'enseignement supérieur est le moment de construire et d'affiner ces compétences qui leur serviront toute leur vie.

Pour résumer, il est crucial que nos enseignants et nos responsables pédagogiques commencent à avoir des discussions avec les étudiants sur l'utilisation de Chat GPT dans l'éducation car c'est avec un dialogue ouvert et honnête que nous pouvons souligner les avantages et les limites des technologies de l'IA et les aider à les utiliser de manière responsable et éthique.

En conclusion et en tant qu'éducateurs nous devrions adopter cette technologie dans notre enseignement et nous efforcer de l'intégrer de manière à compléter nos objectifs d'apprentissage, plutôt que travailler contre eux. Le monde passionnant de l'IA est là pour rester, nous devons donc préparer les étudiants à un avenir qui sera sans aucun doute façonné par ces technologies.



**Henri
MAGNE**

1st Euhodip Vice-President



IAL EMILIA ROMAGNA

A STORY OF COURAGE AND PRIDE

IAL EMILIA ROMAGNA was founded in 1972 and has since become one of the leading vocational training organisations in Emilia-Romagna, one of the most prosperous regions in Italy.

Its first fifty years are recounted in the book "Cinquant'anni IAL Emilia-Romagna – una storia di coraggio e di orgoglio" (Fifty Years of IAL Emilia-Romagna – a Story of Courage and Pride), written by the historian and vocational trainer Carmine Marmo. The story begins in the 1950s when the CISL (Italian Confederation of Trades Unions) recognised the need for a professional training organisation, thus founding IAL (Istituto per l'Addestramento professionale dei Lavoratori – Institute for the Professional Training of Workers).

The real turning point came in 2010, when it developed into a social enterprise, training thousands of young people and adults each year, despite being faced with new challenges such as the demographic decline which has changed the vocational training landscape in recent years.

IAL Emilia Romagna believes strongly in the cultural value of work, the social development of the economy, the emancipation of workers, inspired by fundamental principles such as solidarity, dignity and personal growth; it has fourteen training centres throughout the region, and offers a wide range of activities in various sectors such as tourism, catering, environmental studies, mechanics, industrial automation, ICT, beauty and wellness.

In addition to training young people, IAL Emilia Romagna also helps adults to acquire new skills and professionalism, managing the whole learning process, combining training with socio-economic research, business consultancy, work orientation services and professional skills assessment.

UNE HISTOIRE DE COURAGE ET DE FIERTÉ

IAL EMILIA ROMAGNA a été fondée en 1972 et est depuis devenue l'un des principaux organismes de formation professionnelle en Émilie-Romagne, l'une des régions les plus prospères d'Italie.

Ses cinquante premières années sont racontées dans le livre "Cinquant'anni IAL Emilia-Romagna – una storia di coraggio e di orgoglio" (Cinquante ans d'IAL Emilia-Romagna – une histoire de courage et de fierté), écrit par l'historien et formateur professionnel Carmine Marmo. L'histoire commence dans les années 1950 lorsque la CISL (Confédération italienne des syndicats) reconnaît la nécessité d'un organisme de formation professionnelle, fondant ainsi l'IAL (Istituto per l'Addestramento professionale dei Lavoratori – Institut pour la formation professionnelle des travailleurs).

Le véritable tournant s'est produit en 2010, lorsqu'elle s'est transformée en une entreprise sociale, formant chaque année des milliers de jeunes et d'adultes, alors qu'elle était confrontée à de nouveaux défis tels que le déclin démographique qui a modifié le paysage de la formation professionnelle ces dernières années.

IAL Emilia Romagna croit fermement en la valeur culturelle du travail, le développement social de l'économie, l'émancipation des travailleurs, inspirés par des principes fondamentaux tels que la solidarité, la dignité et la croissance personnelle; elle dispose de quatorze centres de formation répartis sur toute la région, et propose un large éventail d'activités dans des secteurs variés tels que le tourisme, la restauration, les études environnementales, la mécanique, l'automatisation industrielle, les TIC, la beauté et le bien-être.

En plus de former les jeunes, IAL Emilia Romagna aide également les adultes à acquérir de nouvelles compétences et professionnalisme, en gérant l'ensemble du processus d'apprentissage, en combinant la formation avec la recherche socio-économique, le conseil aux entreprises, les services d'orientation professionnelle et l'évaluation des compétences professionnelles.



Its teachers and trainers are experts in identifying specific training requirements, providing personalised solutions, and implementing the most effective methodologies. Individual knowledge and skills are placed at the forefront, so as to bring out the very best within a specific working context.

IAL's jewel in the crown are its five hotel and catering schools: Piacenza, Serramazzoni (Modena), Cervia (Ravenna), Cesenatico (Forlì-Cesena) and Riccione (Rimini).

Its teaching and training methods pay particular attention to the overall development of young people as individuals, citizens and professionals; the boarding schools of Serramazzoni and Cesenatico allow for all-round personal development, in an atmosphere where common spaces, friendships, problems (both big and small) are all shared, and independence, self-respect and respect for others all grow.

For many students the school becomes a large, second family, helping to build adult personalities with the support of qualified educators, developing the means and ability to recognise, prevent and cope with any difficulties.

From the point of view of professional development, IAL schools are based on the notion of a simulated work environment, with tasks performed by students on a rotational basis, in a constant climate of role playing, so as to acquire first-hand professional knowledge and skills.

The irreplaceable method of "Learning by doing" also benefits from the support of important companies in the hotel and restaurant sector, which contribute to students' training and the continuation of their careers.

Nowadays IAL network counts more than 1500 learners, 200 employees and more than 100 external collaborators among its ranks and, in 50 years of activity has been proud to train thousands of professionals reaching high achievements within the field.

Ses enseignants et formateurs sont experts dans l'identification des besoins de formation spécifiques, la fourniture de solutions personnalisées et la mise en œuvre des méthodologies les plus efficaces. Les savoirs et savoir-faire individuels sont mis en avant, afin de tirer le meilleur parti d'un contexte de travail spécifique.

Le joyau de l'IAL sont ses cinq écoles d'hôtellerie et de restauration: Piacenza, Serramazzoni (Modène), Cervia (Ravenne), Cesenatico (Forlì-Cesena) et Riccione (Rimini).

Ses méthodes d'enseignement et de formation accordent une attention particulière au développement global des jeunes en tant qu'individus, citoyens et professionnels; les internats de Serramazzoni et de Cesenatico permettent un développement personnel complet, dans une atmosphère où les espaces communs, les amitiés, les problèmes (petits et grands) sont partagés, et l'indépendance, le respect de soi et le respect des autres grandissent.

Pour beaucoup d'élèves, l'école devient une grande et deuxième famille, aidant à construire des personnalités adultes avec le soutien d'éducateurs qualifiés, développant les moyens et la capacité de reconnaître, de prévenir et de faire face aux difficultés.

Du point de vue du développement professionnel, les écoles IAL sont basées sur la notion d'environnement de travail simulé, avec des tâches effectuées par les étudiants en rotation, dans un climat constant de jeu de rôle, afin d'acquérir des connaissances professionnelles de première main et compétences.

La méthode irremplaçable du "Learning by doing" bénéficie également du soutien d'importantes entreprises du secteur de l'hôtellerie et de la restauration, qui contribuent à la formation des étudiants et à la poursuite de leur carrière.

Aujourd'hui, le réseau IAL compte plus de 1500 apprenants, 200 employés et plus de 100 collaborateurs externes dans ses rangs et, en 50 ans d'activité, a été fier de former des milliers de professionnels atteignant des réalisations élevées dans le domaine.



Ciro DONNARUMMA

President of IAL Emilia Romagna



© Ivelin Radkov / Shutterstock

CUSTOMER CENTRICITY

HOW CAN THIS TREND BE APPLIED TO HOSPITALITY?

COMMENT CETTE TENDANCE PEUT-ELLE ÊTRE APPLIQUÉE À L'HÔTELLERIE?



Marta SOTTO-MAYOR

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

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

WE ALL KNOW the Tourism industry consists of feelings and people serving people. Those who manage a hospitality business follow the mantras: “the Customer is always right” and “the Customer is the centre of our attention”. However, many players in the Tourism ecosystem are offering products and services without an understanding of the entire Customer journey. This means they aren’t truly prioritizing and anticipating the needs, wants and desires of the Customer. Now, more than ever, online reputation reflects the mantra results and validates if the service provided aligns with the intentions.

Customer Centricity is a strategic framework that hotel managers should apply across their business if the Customer is truly its heart. This methodology starts in the core values of the company and intervenes across multiple levels of the organization:

- Planning – what is best for the Customer?
- Processes – how should the team perform? what is done and when to make the Customer feel better?
- Decision making – how are time and resources being used? how to be more effective and productive?

Digital transformation must be accompanied with human touch. We need to develop talent that understands the importance of this mindset. In the day-to-

NOUS SAVONS TOUS que l’industrie du tourisme est faite de sentiments et de personnes au service des autres. Ceux qui gèrent une entreprise hôtelière suivent les mantras: “le client a toujours raison” et “le client est au centre de notre attention”. Cependant, de nombreux acteurs de l’écosystème du tourisme proposent des produits et des services sans comprendre l’intégralité du parcours client. Cela signifie qu’ils ne hiérarchisent pas et n’anticipent pas vraiment les besoins, les désirs et les désirs du client. Maintenant, plus que jamais, la réputation en ligne reflète les résultats du mantra et valide si le service fourni correspond aux intentions.

Customer Centricity est un cadre stratégique que les directeurs d’hôtel doivent appliquer à l’ensemble de leur entreprise si le client est vraiment son cœur. Cette méthodologie part des valeurs fondamentales de l’entreprise et intervient à plusieurs niveaux de l’organisation:

- Planification – qu’est-ce qui est le mieux pour le Client?
- Processus – comment l’équipe doit-elle fonctionner? ce qui est fait et quand faire le client se sent mieux?

-day Hotel routines each gesture counts, from the front of the house to the back of the house, even if is not customer-facing. Therefore, we must teach a new set of competencies, skills, capabilities and attitudes and put into practice doing it better. Warming the Customer’s heart is the path to creating long lasting memories and this requires passion, dedication and key actions to make this happen:

- seek opportunities (listen / observe),
- seize situations (grab the opportunity),
- be accountable (your attitude counts),
- take action and make a difference! With pride.

Excellent Hotel service requires innovation and constant redesign of the Customer journey.

The operations choreography across all organizational functions, from marketing to human resources, requires a balance between customization and flexibility. The journey begins before the reservation, continues during the face-to-face service delivery, and persists even after the guests’ departure where they become a stakeholder by contributing to reputation management.

The key moments of Customer-employee interaction cannot be left to chance: gestures, behaviours and service attitudes can be systematized, not mechanical

- *Prise de décision – comment le temps et les ressources sont-ils utilisés? comment être plus efficace et productif ?*

La transformation numérique doit être accompagnée d’une touche humaine. Nous devons développer les talents qui comprennent l’importance de cet état d’esprit. Dans les routines quotidiennes de l’hôtel, chaque geste compte, de l’avant de la maison à l’arrière de la maison, même s’il n’est pas face au client. Par conséquent, nous devons enseigner un nouvel ensemble de compétences, d’aptitudes, de capacités et d’attitudes et mettre en pratique en le faisant mieux. Réchauffer le cœur du client est la voie vers la création des souvenirs durables et cela nécessite de la passion, du dévouement et des actions clés pour y arriver:

- *chercher des opportunités (écouter / observer),*
- *saisir les situations (saisir l’opportunité),*
- *être responsable (votre attitude compte),*
- *agissez et faites la différence ! Avec fierté.*

“”

Quality, from the Customer's perspective, is the difference between reality and expectations. In today's competitive context Hotel managers know that providing good experiences is not enough; the bar must be raised with the creation of memorable moments.

nor lacking emotional. The surprise factor must occur, and all opportunities to show love and care reveal the true meaning of the word Hospitality.

Making a difference by doing better requires professional intention, judgment, proactivity, and training. The real Hospitality artists pay attention to what is asked of them – they search opportunities to surprise and delight their Customers, and colleagues.

The Hospitality professionals who are Customer Centric know that Customers involuntarily provide valuable information that allows converting a standard process into a memorable service. If internal communication flows, and relevant Customer information is shared, staff can push the “care more” button that will transform dull situations into WOW moments. This is what turns a trip into something more significant, a memorable experience, a transformation with purpose that travellers (and professionals) now want and talk about so much.

Quality, from the Customer's perspective, is the difference between reality and expectations. In today's competitive context Hotel managers know that providing good experiences is not enough; the bar must be raised with the creation of memorable moments.

A collection of some my favourite illustrations of Customer centricity is detailed below, where the wow factor relies on the fantastic, the unexpected that can't be paid for.

- Housekeeping tuck a child's stuffed animal inside the bed when the room is cleaned.
- A staff member overhears a Customer at breakfast commenting on the uncomfortable sleeping pillows and acts quickly, reporting and resolving this issue.

L'excellence du service Hôtelier passe par l'innovation et la refonte constante du parcours Client. La chorégraphie des opérations dans toutes les fonctions organisationnelles, du marketing aux ressources humaines, nécessite un équilibre entre personnalisation et flexibilité. La journée commence avant la réservation, se poursuit pendant la prestation de service en face à face, et persiste même après le départ des clients où ils deviennent partie prenante en contribuant à la notoriété.

Les moments clés de l'interaction Client-collaborateur ne peuvent être laissés au hasard: gestes, les comportements et les attitudes de service peuvent être systématisés, non mécaniques ni dépourvus d'émotionnel. Le facteur surprise doit se produire, et toutes les occasions de montrer de l'amour et de l'attention révèlent le vrai sens du mot Hospitalité.

Faire la différence en faisant mieux demande une intention professionnelle, du jugement, de la proactivité, et de la formation. Les vrais artistes de l'hôtellerie sont attentifs à ce qu'on leur demande – ils recherchent occasions de surprendre et de ravir leurs Clients et leurs collègues.

Les professionnels de l'hôtellerie centrés sur le client savent que les clients fournissent involontairement des informations précieuses qui permettent de convertir un processus standard en un service mémorable. Si la communication interne est fluide et que les informations pertinentes sur les clients sont partagées, le personnel peut appuyer sur le bouton "soin plus" qui transformera les situations ennuyeuses en moments WOW. C'est ce qui transforme un voyage en quelque chose de plus significatif, une expérience mémorable, une transformation avec un but que les voyageurs (et les professionnels) veulent et parlent maintenant tellement.

La qualité, du point de vue du client, est la différence entre la réalité et les attentes. Dans le contexte concurrentiel actuel, les directeurs d'hôtel savent qu'il ne suffit pas d'offrir de bonnes expériences; la barre doit être relevée avec la création de moments mémorables.

Une collection de certaines de mes illustrations préférées de l'orientation client est détaillée ci-dessous, où le facteur wow repose sur le fantastique, l'inattendu qui ne peut pas être payé.

“”

La qualité, du point de vue du client, est la différence entre la réalité et les attentes. Dans le contexte concurrentiel actuel, les directeurs d'hôtel savent qu'il ne suffit pas d'offrir de bonnes expériences; la barre doit être relevée avec la création de moments mémorables.

© Monsterstudio

An avoidable complaint that can be converted into a wow.

- Hotel staff gifting the tea made from hotel garden leaves to the Customer that praised the tea earlier during their stay. A nice farewell gift with a personalized card is an item that is not for sale, nor is expected as a check-out offer.

Being Customer-centric goes beyond the number of hotel stars. Staff is at the heart of this methodology and there must be alignment, intentionality and commitment from everyone. The focus is to delight, using simple, yet elegant gestures and words full of affection. Customer Centricity is the pillar of organizations with strong people culture because they are set up to identify and execute on opportunities that go above and beyond.

There are very interesting case studies that allow students, and professionals, to research and gain a better understanding of these high-impact processes. This theme should be part of all Hotel school subjects, because putting the Customer at the centre of the businesses and people's hearts means implementing (and continuously raising) quality through personalized emotions. And this is what Hospitality is really all about.

- *Le ménage rentre la peluche d'un enfant dans le lit lorsque la chambre est nettoyée.*
- *Un membre du personnel surprend un client au petit-déjeuner commentant les oreillers inconfortables et agit rapidement, signalant et résolvant ce problème. Une plainte évitable qui peut se transformer en wow.*
- *Le personnel de l'hôtel offre le thé à base de feuilles du jardin de l'hôtel au client qui a loué le thé plus tôt pendant son séjour. Un joli cadeau d'adieu avec une carte personnalisée est un article qui n'est pas à vendre et qui n'est pas non plus attendu comme une offre de départ.*

Être centré sur le client va au-delà du nombre d'étoiles de l'hôtel. Le personnel est au cœur de cela méthodologie et il doit y avoir alignement, intentionnalité et engagement de chacun. L'accent est mis sur le plaisir, en utilisant des gestes simples mais élégants et des mots pleins d'affection. Client Centricity est le pilier des organisations à forte culture humaine, car elles sont conçues pour identifier et exécuter les opportunités qui vont au-delà.

Il existe des études de cas très intéressantes qui permettent aux étudiants et aux professionnels de faire des recherches et de mieux comprendre ces processus à fort impact. Ce thème devrait faire partie de toutes les matières des écoles hôtelières, car mettre le Client au centre des entreprises et du cœur des gens, c'est mettre en œuvre (et augmenter continuellement) la qualité à travers des émotions personnalisées. Et c'est vraiment ce qu'est l'hospitalité.

CONCOURS EURHODIP DE L'ENSEIGNANT CREATIF

EURHODIP CREATIVE TEACHER COMPETITION

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

COMPETITION RULES:

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

CRITERIA FOR CONTENTS OF THE COMPETITION:

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

WHO WILL JUDGE THE COMPETITION?

- The Executive Board of Eurhodip and HOSCO Representative

DEADLINE:

- 2023, June 1st

AWARD:

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

HOW TO ENTER:

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

* Registration will be valid upon receipt of payment.

Please ask for your application form to bruxelles@eurhodip.com or download from <https://www.eurhodip.com/competitions/>.



L'objectif de ce concours est de récompenser toute innovation dans les méthodes et contenus d'enseignement mises en œuvre par les professeurs, les instructeurs et/ou les conférenciers des écoles membres d'Eurhodip. Depuis l'éruption du virus Covid-19 et le confinement, les enseignants des écoles Eurhodip ont été très créatifs dans l'élaboration de programmes d'études et dans le changement dans leurs manières d'enseigner les compétences et les connaissances pratiques et théoriques des métiers du tourisme et de l'hôtellerie. De nombreuses écoles avaient déjà mis au point des contenus et des systèmes d'enseignement en ligne, mais il est vite apparu que certains enseignants avaient rapidement fait preuve d'une grande créativité et continuent encore aujourd'hui à être très créatifs pour le plus grand bénéfice de leurs élèves. Nous invitons donc les directeurs d'école à inscrire leurs enseignants à ce concours.

RÈGLEMENT DU CONCOURS:

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

CRITÈRES D'ÉVALUATION DU CONCOURS:

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

QUI JUGERA LA COMPÉTITION?

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

DATE LIMITE:

- 1 juin 2023

PRIX:

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

COMMENT PARTICIPER:

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

* L'inscription sera valide dès réception du paiement.

Demandez votre bulletin de participation à bruxelles@eurhodip.com ou téléchargez-le sur <https://www.eurhodip.com/competitions/>.

Call for Papers

EUROPEAN JOURNAL OF TOURISM & HOSPITALITY MANAGEMENT

The open-access journal of EJTHM (European Journal of Tourism & Hospitality Management) is pleased to announce the opportunity to publish the best papers presented at the 30th EURHODIP conference in North Cyprus, into the upcoming issue of the EJTHM journal directly.

The name of the conference will be **Sustainability and Innovation in Tourism and Gastronomy**.

For submission deadlines please follow Eurhodip website.

La revue en libre accès de l'EJTHM (European Journal of Tourism & Hospitality Management) a le plaisir d'annoncer la possibilité de publier les meilleurs articles présentés lors de la 30^e conférence EURHODIP à Chypre du Nord directement dans le prochain numéro de la revue EJTHM.

*Le nom de la conférence sera **Développent Durable et Innovation dans le Tourisme et la Gastronomie***

Pour connaître les dates limites de soumission, veuillez suivre le site Eurhodip.



EJTHM is a new scientific and double-blind peer-reviewed with the collaboration of EURHODIP.
EJTHM est une nouvelle étude scientifique, en double aveugle, revu par des pairs, en collaboration avec EURHODIP.

Submit your new manuscript on *Soumettez votre nouveau manuscrit sur* www.eurhodip.com/EJTHM/
or by email *ou par mail* journal@eurhodip.com

A QUICK GUIDE TO PAKISTANI CUISINE

PAKISTAN is a country that is rich in culture and diversity, and this is reflected in its cuisine. Each province in Pakistan has its own unique culinary traditions, with distinct flavors and ingredients that are sure to tantalize your taste buds.

Let's explore the differently amazing specialties of Pakistani cuisine from each of the four provinces of Pakistan: Punjab, Sindh, Balochistan, Khyber Pakhtunkhwa, Gilgit Baltistan & Azad Jammu & Kashmir.

PETIT GUIDE DE LA CUISINE PAKISTANAISE

LE PAKISTAN est un pays riche en culture et en diversité, et cela se reflète dans sa cuisine. Chaque province du Pakistan a ses propres traditions culinaires uniques, avec des saveurs et des ingrédients distincts qui ne manqueront pas de ravir vos papilles.

Explorons les différentes spécialités étonnantes de la cuisine pakistanaise de chacune des quatre provinces du Pakistan: Punjab, Sindh, Balochistan, Khyber Pakhtunkhwa, Gilgit Baltistan et Azad Jammu & Kashmir.

Gilgit-Baltistan

Gilgit-Baltistan is a region in Pakistan known for its unique and diverse cuisine. The food in Gilgit-Baltistan is heavily influenced by the region's geography, climate, and cultural traditions. The cuisine features a variety of meat dishes, including lamb, beef, and goat, as well as locally grown fruits and vegetables. Let's look at some of the region's most popular dishes.



HAREESA

It is a slow-cooked stew made with ground wheat and meat, usually lamb or beef, that has been previously soaked in water overnight.

Il s'agit d'un ragoût à cuisson lente à base de blé moulu et de viande, généralement de l'agneau ou du bœuf, qui a été préalablement trempé dans de l'eau pendant la nuit.



CHAPSHORO

Chapshoro is a popular dumpling dish filled with minced meat and a blend of local spices.

Chapshoro est un plat de boulette populaire rempli de viande hachée et d'un mélange d'épices locales.

DES NOUVELLES DE
NOS MEMBRES

Punjab

Punjab is the most populous province of Pakistan and is known for its rich and hearty cuisine. The food in Punjab is generally characterized by its generous use of ghee, spices, and meats. Some of the most popular dishes from Punjab include:

BIRYANI

A rice dish made with a variety of spices and meat or vegetables.

Un plat de riz composé d'une variété d'épices et de viande ou de légumes.

NIHARI

A slow-cooked beef stew with a spicy and flavorful broth.

Un ragoût de boeuf mijoté avec un bouillon épicé et savoureux.

SAAG

A dish made with spinach and other greens, usually served with naan or roti.

Un plat à base d'épinards et d'autres légumes verts, généralement servi avec du naan ou du roti.

TANDOORI CHICKEN

Marinated chicken that is grilled in a tandoor, giving it a smoky flavor.

Poulet mariné qui est grillé dans un tandoor, lui donnant une saveur fumée.

CHANA MASALA

A spicy dish made with chickpeas that is often served with rice or naan.

Un plat épicé à base de pois chiches qui est souvent servi avec du riz ou du naan.

Le Punjab est la province la plus peuplée du Pakistan et est connue pour sa cuisine riche et copieuse. La nourriture au Punjab se caractérise généralement par son utilisation généreuse de ghee, d'épices et de viandes. Certains des plats les plus populaires du Pendjab comprennent:



Sindh

Sindh is a province located in the south of Pakistan. The food in Sindh is known for its rich and spicy flavours, and seafood is a popular ingredient in many dishes. Some of the most popular dishes from Sindh include:



Le Sindh est une province située au sud du Pakistan. La cuisine du Sindh est connue pour ses saveurs riches et épicées, et les fruits de mer sont un ingrédient populaire dans de nombreux plats. Certains des plats les plus populaires du Sindh comprennent:

SINDHI BIRYANI

A spicy rice dish made with beef or chicken, potatoes, and a range of aromatic spices.

Un plat de riz épicé à base de bœuf ou de poulet, de pommes de terre et d'une gamme d'épices aromatiques.

HALEEM

A slow-cooked beef stew with a spicy and flavorful broth.

Un ragoût de boeuf mijoté avec un bouillon épicé et savoureux.

SAI BHAJI

A dish made with spinach and other greens, often served with bread or rice.

Un plat à base d'épinards et d'autres légumes verts, souvent servi avec du pain ou du riz.

KEEMA

A dish made with minced meat, tomatoes, onions, and a range of spices.

Un plat à base de viande hachée, de tomates, d'oignons et d'une gamme d'épices.

FISH CURRY

A spicy curry made with fresh fish, tomatoes, and a range of aromatic spices.

Un curry épicé à base de poisson frais, de tomates et d'une gamme d'épices aromatiques.

Khyber Pakhtunkhwa

Located in the northwest of Pakistan is known for its rugged terrain and rich cultural heritage. The cuisine of Khyber Pakhtunkhwa is characterized by its hearty and flavorful dishes, often featuring meat and a range of aromatic spices. Some of the most popular dishes include:

CHAPLI KEBAB

A spiced patty made with ground meat, onions, and spices, often served with naan.

Une galette épicée à base de viande hachée, d'oignons et d'épices, souvent servie avec du naan.

PESHAWARI CHANA

A spicy dish made with chickpeas.

Un plat épicé à base de pois chiches.

Azad Jammu & Kashmir (AJK)

This region is known for its unique cuisine which is heavily influenced by Kashmiri and Punjabi cuisine. The cuisine features a variety of meat dishes, including lamb, chicken, and beef, as well as locally grown fruits and vegetables. Two of the most popular dishes from the region are given below.

KASHMIRI TEA (or Noon Chai / Midi Chai)

Is a pink-colored salted tea and a traditional beverage in the Kashmir Valley of Pakistan, made with green tea leaves, milk, cardamom and baking soda.

C'est un thé salé de couleur rose qui est une boisson traditionnelle de la vallée du Cachemire au Pakistan, à base de feuilles de thé vert, de lait, de cardamome et de bicarbonate de soude.

SHAB DEG

It's a slow-cooked meat stew made with lamb or beef, a variety of local spices, and vegetables, and traditionally cooked overnight in a large pot over a low fire.

C'est un ragoût de viande à cuisson lente à base d'agneau ou de bœuf, d'une variété d'épices locales et de légumes, et traditionnellement cuit pendant la nuit dans une grande casserole à feu doux.

Située au nord-ouest du Pakistan est connue pour son terrain accidenté et son riche patrimoine culturel. La cuisine de Khyber Pakhtunkhwa se caractérise par ses plats copieux et savoureux, composés souvent de viande et d'une gamme d'épices aromatiques. Certains des plats les plus populaires incluent:



Cette région est connue pour sa cuisine unique fortement influencée par la cuisine cachemirienne et punjabi. La cuisine propose une variété de plats de viande, notamment de l'agneau, du poulet et du bœuf, ainsi que des fruits et légumes cultivés localement. Deux des plats les plus populaires de la région sont donnés ci-dessous.



Balochistan

Balochistan is the largest province in Pakistan and is known for its rugged terrain and unique culture. The cuisine of Balochistan is characterized by its simple and rustic flavours, with a focus on meat and dairy products. Some of the most popular dishes from Balochistan include:



Le Balouchistan est la plus grande province du Pakistan et est connue pour son terrain accidenté et sa culture unique. La cuisine du Balouchistan se caractérise par ses saveurs simples et rustiques, avec un accent sur la viande et les produits laitiers. Certains des plats les plus populaires du Balouchistan comprennent:

SAJJI

A whole lamb or chicken that is marinated in a blend of spices and roasted over an open flame.

Un agneau ou un poulet entier mariné dans un mélange d'épices et rôti à feu vif.

KEBABS

Skewered meats that are often marinated in a range of spices and grilled to perfection.

Des brochettes de viande souvent marinées dans une gamme d'épices et grillées à la perfection.

KHAR

A stew made with meat, vegetables, and a sour yogurt sauce.

Un ragoût à base de viande, de légumes et d'une sauce au yogourt aigre.

MUTTON PULAO

A rice dish made with mutton and a range of spices, often served with raita.

Un plat de riz à base de mouton et d'une gamme d'épices, souvent servi avec de la raita.

For those who are unable to travel to Pakistan, there are many Pakistani restaurants and cafes around the world that serve traditional dishes. Whether you are a fan of spicy curries, tender kebabs, or fragrant biryani, Pakistani cuisine is sure to satisfy your taste buds and leave you craving more. So why not give it a try and experience the rich and diverse flavors of this delicious cuisine for yourself?

Pour ceux qui ne peuvent pas se rendre au Pakistan, il existe de nombreux restaurants et cafés pakistanais dans le monde qui servent des plats traditionnels. Que vous soyez amateur de currys épicés, de kebabs tendres ou de biryani parfumés, la cuisine pakistanaise saura satisfaire vos papilles gustatives et vous en redemandera. Alors pourquoi ne pas essayer et découvrir par vous-même les saveurs riches et variées de cette délicieuse cuisine?

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 with-
in 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 Culi-
nary Arts.**

The Competitions are a way to promote the ex-
change of experiences, knowledge, and innovation.

WHICH SCHOOLS ARE ALLOWED TO PARTICIPATE?

This event is limited to 10 schools per compe-
tition 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 Septem-
ber, 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 compe-
titions.

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 compe-
tition.

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'in-
novation.

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'an-
glais 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 orga-
nisés 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 spon-
sors 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.



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.

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.



MANAGEMENT TOURISTIQUE

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

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.



MANAGEMENT MARKETING

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

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.



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.

PROGRAM

1 NOVEMBER Wednesday

19:00 Arrival, Registration and Check-in to Hotel
Welcome Cocktail & Opening Ceremony

2 NOVEMBER Thursday

09:00 - 10:00 **Executive Board Meeting**

BOARD MEMBERS

10:15 - 12:45 Board of Directors Meeting
13:00 - 14:30 Lunch
14:45 - 16:30 General Assembly
16:45 Return to Hotel
18:00 Pick up and Tour of the School
19:00 Gastro Evening

STUDENTS

09:00 - 12:15 Student Competitions
12:30 - 14:00 Lunch
14:15 - 16:00 Student Competitions
16:15 Return to hotel
19:30 - 22:30 Gastro Evening

GUESTS

Free Morning
18:00 Pick up and City Tour of the School
19:30 Gastro Evening

3 NOVEMBER Friday

EXECUTIVE BOARDS AND BOARD MEMBERS

11:30 - 13:00 St. Barnabas and Salamis Ruins Tour
13:30 Lunch and Wine Tasting
14:45 Famagusta Old City Tour
18:00 Return to hotel and free evening

STUDENTS AND GUESTS

09:30 - 11:00 Presentations of the Final Competitions
11:30 - 13:00 St. Barnabas and Salamis Ruins Tour
13:30 Lunch and Wine Tasting
14:45 Famagusta Old City Tour
18:00 Return to hotel and free evening

SUSTAINABILITY AND INNOVATION IN TOURISM AND GASTRONOMY

4 NOVEMBER Saturday

ANNUAL CONFERENCE

SUSTAINABILITY AND INNOVATION IN TOURISM AND GASTRONOMY

09:00 - 09:30 **Guest Conference Speaker on Sustainable Tourism**
09:30 - 10:00 **Guest Conference Speaker on Innovation in Hospitality Industry**
10:30 - 11:00 **Guest Conference Speaker on Sustainable Gastronomy**
11:15 - 11:30 Coffee Break
11:30 - 12:30 **Session 1: EJTHM Paper Presentations**
12:45 - 14:00 Lunch
14:15 - 15:15 **Session 2: EJTHM Paper Presentations**
Coffee Break
15:30 - 16:30 **Session 3: EJTHM Paper Presentations**
Coffee Break
16:45 - 17:45 **Session 4: EJTHM Paper Presentations**
Coffee Break
Networking and Free time
19:30 **Gala Dinner & Awards Ceremony**

5 NOVEMBER Sunday

Departure day



PROGRAMME

1 NOVEMBRE Mercredi

19:00 Arrivée, enregistrement et enregistrement à l'hôtel
Cocktail de bienvenue et cérémonie d'ouverture

2 NOVEMBRE Jeudi

09:00 - 10:00 **Réunion du Conseil exécutif**

MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

10:15 - 12:45 Réunion du Conseil d'Administration
13:00 - 14:30 Déjeuner
14:45 - 16:30 Assemblée Générale
16:45 Retour à l'hôtel
18:00 Prise en charge et visite de l'école
19:00 Soirée gastronomique

ÉTUDIANTS

09:00 - 12:15 Compétitions étudiants
12:30 - 14:00 Déjeuner
14:15 - 16:00 Compétitions étudiants
16:15 Retour à l'hôtel
19:30 - 22:30 Soirée Gastronomique

INVITÉS

Matinée libre
18:00 Prise en charge et visite de l'école
19:00 Soirée gastronomique

3 NOVEMBRE Vendredi

COMITÉS EXÉCUTIFS ET ADMINISTRATEURS

11:30 - 13:00 Visite des ruines de Saint-Barnabé et de Salamine
13:30 Déjeuner et dégustation de vin
14:45 Visite de la vieille ville de Famagouste
18:00 Retour à l'hôtel et soirée libre

ÉTUDIANTS ET INVITÉS

09:30 - 11:00 Présentations des compétitions finales
11:30 - 13:00 Visite des ruines de Saint-Barnabé et de Salamine
13:30 Déjeuner et dégustation de vin
14:45 Visite de la vieille ville de Famagouste
18:00 Retour à l'hôtel et soirée libre

DÉVELOPPENT DURABLE ET INNOVATION DANS LE TOURISME ET LA GASTRONOMIE

4 NOVEMBRE Samedi

CONFÉRENCE ANNUELLE

DEVELOPPENT DURABLE ET INNOVATION DANS LE TOURISME ET LA GASTRONOMIE

09:00 - 09:30 **Conférencier invité sur le tourisme durable**
09:30 - 10:00 **Conférence invitée sur l'innovation dans l'industrie hôtelière**
10:30 - 11:00 **Conférencier Invité sur la gastronomie durable**
11:15 - 11:30 Pause café
11:30 - 12:30 **Session 1: Présentations d'articles EJTHM**
12:45 - 14:00 Déjeuner
14:15 - 15:15 **Session 2: Présentations d'articles EJTHM**
Pause café
15:30 - 16:30 **Session 3: Présentations d'articles EJTHM**
Pause café
16:45 - 17:45 **Session 4: Présentations d'articles EJTHM**
Pause café
Réseautage et temps libre
19:30 **Dîner de gala et remise des prix**

5 NOVEMBRE Dimanche

Jour de départ





**Eastern
Mediterranean
University**



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



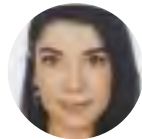
**GASTRONOMY AND CULINARY ARTS
ORGANIZING & COORDINATION COMMITTEE**
**GASTRONOMIE ET ARTS CULINAIRES
COMITÉ D'ORGANISATION
ET DE COORDINATION**



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

EURHODIP CONFERENCES TOPICS 2008-2022

**2008 NOVEMBER
CASABLANCA
MOROCCO**

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



**2009 NOVEMBER
BOLOGNA
ITALY**

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

**2010 JULY
ZARAGOZA
SPAIN**

City marketing
Marketing urbain



**2011 JULY
PARIS
FRANCE**

Exploring the world of luxury
Le luxe dans tous ses états

**2012 JULY
MARTIGNY
SWITZERLAND**

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

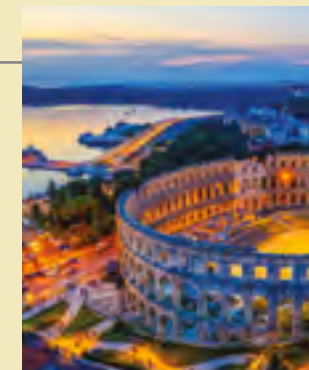


**2013 JULY
MARIBOR
SLOVENIA**

Back to the roots
Retour aux sources

**2014 JULY
VILNIUS
LITHUANIA**

Niche tourism and education
*Tourisme de niche
et enseignement*



**2015 JULY
TEL AVIV
ISRAEL**

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

**2016 OCTOBER
YEREVAN
ARMENIA**

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

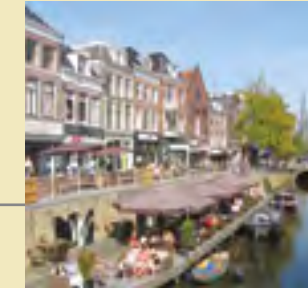
**2017 OCTOBER
SEVILLE
SPAIN**

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

**2019 NOVEMBER
ISTANBUL
TURKEY**

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

**2020 NOVEMBER (online)
LEEWARDEN
THE NETHERLANDS**



**2021 NOVEMBER
LEEWARDEN
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!*



30TH EURHODIP CONFERENCE



FAMAGUSTA
NORTH CYPRUS
1-5 NOV'2023

SUSTAINABILITY AND INNOVATION IN TOURISM AND GASTRONOMY



**Eastern
Mediterranean
University**



EURHODIP