



HÔTELLERIE
**C'era una volta
la Gavina**
pagina 3



TRAVEL INDUSTRY
**Le nuove frontiere
dell'India**
pagina 7



TECNOLOGIE
**Futuro
interattivo**
pagina 2

JOB in TOURISM®

Opportunità di Lavoro • Incontro Domanda ed Offerta • Informazione • Nel campo del Turismo in Italia ed all'Estero • Alberghi - Villaggi Turistici - Ristoranti - Bar - Compagnie Aeree - Catering Marittimo, Aeroportuale, Ferroviario e tutto quanto fa turismo • Agenzie Viaggi/T.O. • Opportunità Aziende cessioni e rilievi

Governante, con oltre 10 anni di esperienza nella gestione dei piani, manutenzione, breakfast, decorazioni, arredo e acquisti offre la sua collaborazione in Lombardia. Ha prodotto un manuale di standard alberghiero per gli hotel a 4 stelle. Automunita patente B, conosce i software gestionali nel campo alberghiero come Genius e i programmi di uso comune come Word, Excel e Publisher.

Tel: 348-8798594
Email: margkuc@googlemail.com

HOTEL LE MORAN
HOTEL 4 STELLE CUSAGO (MI)
ricerca le seguenti figure professionali:
**ASSISTENTE DI DIREZIONE
CAPO RICEVIMENTO
SALES MANAGER
SEGRETARIO TURNANTE DI
RICEVIMENTO E CASSA**

Inviare c.v. con autorizzazione al trattamento dei dati personali (Dlgs 196/03) a:
fax: 02.90393238
e-mail: claudio@lemoran.it

**IMPORTANTE STRUTTURA ALBERGHIERA RICERCA
DIRETTORE COMMERCIALE**

Deve occuparsi della promozione della struttura, dello studio dei mercati turistici e della definizione delle strategie commerciali
Ha il compito di raggiungere gli obiettivi strategici e commerciali definiti confrontandosi continuamente con il budget
Coordina il booking e riferisce all'amministratore delegato
Ottima conoscenza lingua inglese
Pluriennale esperienza
Sede di lavoro : zona Nord Ovest

OFFRE

Contratto a tempo indeterminato
Retribuzione commisurata alle esperienze maturate e agli obiettivi raggiunti

Inviare curricula a: job@sportholiday.it

MYTHOS HOTELS

**Grand Hotel
Presolana & Spa**

Varie figure

pagina 15

MAITRE SOMMELIER

con esperienza ventennale in ristoranti stellati e hotel di lusso, ottima conoscenza inglese, francese e tedesco, valuta offerte di lavoro.

Disponibile dal 15 ottobre.

e-mail: fra74fra@live.it

Prestigioso gruppo alberghiero di Verona ricerca le seguenti figure:

- Responsabile Commerciale** con esperienza internazionale di almeno 3 anni nel settore turistico-alberghiero. È richiesta la conoscenza di almeno due lingue straniere.
- Personale di Cucina**
- Personale Sala Ristorante e Addetti alla Colazione**

Inviare il proprio CV a info@cpverona.com

MELIÀ HOTELS INTERNATIONAL

Melià Hotels International is looking for new professionals for the opening 5 stars luxury property in the heart of Genova:

- Director of Sales & Marketing
- Yield Manager
- Financial Controller
- Junior F&B Manager
- Human Resources - Guest Service Manager

Requirements: Good knowledge of Italian and English languages - Strong leadership attitude - Experience of minimum 2 years within an International brand, at least 1 year experience in the same position. Knowledge of Spanish language and IT system (Opera/Sap) is preferred.

Please send your CV with photo and authorization to use your personal data as per the Italian Legislative Decree n° 196/2003 within August, 31st to Carmen Picerni, HR Manager.

carmen.picerni@melia.com
T: 02 - 444 06 745

HOTEL AMIGO BRUSSELS

ROCCO FORTE HOTELS

Bruxelles

Varie figure

pagina 12

RESRAURANT MANAGER
- MAITRE - PLURILINGUE,
ESPERIENZA PLURIENNALE
HOTELS / RISTORANTI 4/5
STELLE, VALUTA PROPOSTE
STAGIONALI O ANNUALI O
EVENTUALE CONSULENZA.
DISPONIBILITÀ IMMEDIATA.

E mail
gbonizzi@yahoo.it
tel 346 5234992

JOB in TOURISM®

"Opportunità di lavoro nel turismo; Incontro domanda ed offerta; Informazione nel campo del turismo in Italia ed all'estero"

Sheraton Padova HOTEL & CONFERENCE CENTER

Cuoco capopartita

pagina 16

Sono aperte le iscrizioni al **Campus Turistico del Centro formativo di Ospitalità Alberghiera**

Attilio Caroli e Gilda Nuzzolese sostenuto da Caroli Hotels con delle borse di studio.

Info: www.attiliocaroli.it/campus.htm

Attilio Caroli e Gilda Nuzzolese
CENTRO FORMATIVO DI OSPITALITÀ ALBERGHIERA

JOB IN TOURISM®
Via F. Carcano, 4 - 20149 Milano
Tel. 02 48519477 - 02 43980431
Fax 02 48025154
e-mail: info@jobintourism.net
www.jobintourism.it
ASSOCIATO ALL'UNIONE
STAMPA PERIODICA ITALIANA

EDITORIALE

Tra manovra, bel tempo e Luna park

DI ANTONIO CANEVA

Ci siamo lasciati prima delle vacanze con dei pensieri cupi e riprendiamo con uno spirito non propriamente allegro.

Parlavo con un commercialista e mi diceva di non seguire per niente lo svolgimento del dibattito attorno alla manovra, perché il tutto è così confuso e contraddittorio che non ha senso dare valore alle varie ipotesi; si resta in attesa delle evidenze.

A nessuno, a meno che non sia masochista, piace fare sacrifici, ma qui siamo ai sacrifici senza certezze e questo è ciò che rende difficile accettare l'attuale realtà.

La manovra prospettata sembra non piacere a nessuno e meno che mai ai mercati; ne è riprova la rovinosa situazione di borsa. **Giuseppe Pennisi**, in un articolo pubblicato nella newsletter di Società Libera dal titolo «Manovra. Ecco perché il dl viene bocciato dai mercati», sintetizza bene la situazione, affermando tra l'altro: «Prima di poter esprimere un parere analitico sulla manovra economica appena varata dal governo, e tra breve all'esame del parlamento, occorrerebbe conoscere i dettagli dei dispositivi. Tuttavia, sulla base di quanto sinora comunicato, sotto il profilo strettamente economico la manovra appare strabica».

Da un lato, infatti, colpisce principalmente, ove non esclusivamente, le categorie a reddito fisso, se non altro perché sono le più facili da tassare. Le misure adottate non potranno non suscitare proteste e anche ricorsi giudiziari (difficile, per esempio, pensare l'utilizzazione della tredicesima degli statali come se fosse un premio di produzione e non una parte integrale dello stipendio contrattuale di base).

Da un altro, ed è questo l'aspetto più preoccupante, non solamente non ha misure che possono contribuire allo sviluppo, ma può aggravare le tendenze recessionistiche già presenti in gran parte delle economie europee e, soprattutto, nell'economia italiana. È su questo punto che occorre porre l'accento. La stessa Banca d'Italia, in un'analisi pubblicata in tempi non sospetti (nel 1999) del percorso seguito per entrare nella moneta unica, ha sottolineato come un riassetto fiscale effettuato quasi esclusivamente dal lato delle entrate avrebbe rallentato l'economia se non ci fossero state misure per aumentare produttività e competitività».

Passando dal generale al particolare le cose non cambiano. A Venezia è appena stata introdotta la tassa di soggiorno e coniato uno slogan che, grosso modo, ringrazia i visitatori che contribuiscono alla salvaguardia della città lagunare.

Diciamo piuttosto che contribuisce al benessere dei cittadini veneziani, che vedono i turisti tassati (e tartassati) per entrare nelle chiese (anche se aperte al culto) o per pagare i mezzi pubblici quasi cinque volte più dei residenti, i quali, tra l'altro, hanno delle corse dei vaporetta a loro uso esclusivo. Uno studio ha dimostrato che se a Venezia venisse meno il turismo, per i residenti si aprirebbe una prospettiva di vita sociale pari a quella di tanti paesini sperduti dell'Appennino; ma questo non conta: che fastidio i turisti che ingombrano le calli e trasformano la città in un Luna park; dimenticando che i servizi di cattivo gusto del Luna park li forniscono, arricchendosi, i veneziani...

Va bene: il tempo tiene e questo permette di prolungare la stagione; guardiamo le cose con ottimismo e tiriamoci su le maniche: l'inverno è lungo e freddo.

SONDAGGIO DI JOB IN TOURISM

Pubblichiamo l'esito del sondaggio predisposto la settimana scorsa nel nostro sito jobintourism.it.

Il quesito era il seguente:

Il Touring Club Italiano proporrà, per la prima volta nel nostro paese, una spiaggia totalmente per non fumatori presso uno dei suoi villaggi. Pensate che una scelta di questo tipo faccia bene al turismo?

- | | |
|--|-----|
| 1) Sì, la tutela dell'ambiente e degli spazi sulle spiagge sono una mossa da replicare ovunque: | 21% |
| 2) No, vietare il fumo non farà altro che ridurre i flussi turistici: | 6% |
| 3) Non è con i divieti che si salva l'ambiente, ma sensibilizzando in modo corretto i propri ospiti: | 73% |

Commento: i nostri lettori sono nettamente favorevoli alla sensibilizzazione e, comunque, pur da non fumatori, riteniamo che talvolta i contrasti tra fumatori e non siano troppo aspri.

Con le nuove app online il social marketing è sempre più multimediale

Futuro interattivo

Podcast al posto dei testi scritti

DI MARCO BEAQUA

«Nonostante molte imprese si rendano conto dell'importanza dei file multimediali per supportare le proprie azioni di marketing online, con particolare riguardo a quelle relative al mondo dei social media, esse sono al contempo estremamente preoccupate dal tempo e dall'entità dell'investimento necessario a creare tali contenuti». Le parole di **Dan Kashman**, presidente di Cinchcast, società It americana specializzata in software per la condivisione dei file audio, illustrano molto bene uno dei dilemmi principali che molti alberghi, soprattutto quelli piccoli e indipendenti, si trovano ad affrontare quotidianamente: essere presenti sul web, e in tutti i suoi canali potenzialmente utili, è essenziale per attirare e conservare il business, ma le risorse, di tempo e di denaro, sono limitate. «Lo sviluppo delle nuove applicazioni web», prosegue Kashman, «può tuttavia rappresentare la chiave di volta decisiva per affrontare e risolvere tale dilemma, in particolare in tema di file multimediali».

In effetti, gli internauti di oggi sono sempre più abituati a confrontarsi con contenuti non esclusivamente testuali, ma disponibili in molteplici formati. La crescente mole di sollecitazioni a cui gli utenti web sono sottoposti ogni giorno, inoltre, fa sì che i consumatori tendano a essere attirati dai messaggi più immediati e facilmente intellegibili. Ecco, allora, che essere in grado di gestire, a costi e con tempi ragionevoli, i contenuti multimediali può rivelarsi un vantaggio competitivo determinante, soprattutto quando si intende sviluppare un'azione di social media marketing efficace. La stessa Cinchcast ha così elaborato un piccolo elenco di consigli utili a quelle imprese che intendano sfruttare al meglio le potenzialità del web. Si tratta di cinque suggerimenti di carattere generale, che devono naturalmente essere adattati alle specifiche caratteristiche di ogni singola organizzazione; contengono tuttavia alcuni spunti estremamente interessanti che, se utilizzati con coerenza e flessibilità, potrebbero aprire, a chi dovesse sperimentarli, una finestra privilegiata sui possibili scenari futuri della comunicazione commerciale online, non solo social.

• **Creare file audio può essere facile ed economico.** Per realizzarli non occorre più ricorrere neces-



sariamente a macchinari o società esterne altamente professionali. Sul mercato esistono oggi delle applicazioni web che permettono di creare, pubblicare e condividere contenuti audio con estrema semplicità: basta avere a disposizione un cellulare. In questo modo è così, per esempio, possibile pensare di pubblicare un podcast al posto di un normale testo scritto, che poi può essere successivamente distribuito attraverso i social media. Ma è anche possibile provare a trasformare un'intervista di customer satisfaction in una testimonianza condivisibile sul web. E, magari, realizzare anche dei brevi audio, in cui il concierge dell'albergo può automaticamente rispondere alle domande più comuni sui servizi dell'hotel a disposizione degli ospiti e sulle attrazioni del territorio.

• **Un'immagine può valere migliaia di click.** Le foto sono uno strumento particolarmente efficace per aumentare i click e il numero di visite sui propri contenuti social media. Programmare il proprio cellulare in modo che possa caricare direttamente contenuti su siti come Twitter o Facebook può rendere la condivisione delle immagini ancora più semplice e veloce. E si può anche pensare di utilizzare lo stesso telefonino per aggiungere alle foto un commento vocale.

• **I video non sono necessariamente tutti virali.** Produrre contenuti video è spesso un'attività lunga e dispendiosa, che non sempre garantisce un adeguato ritorno sull'investimento (roi). I responsabili marketing sono così spesso alla ricerca di quell'idea unica e geniale, capace di rendere i propri video virali e di giustificare così gli investimenti necessari a realizzarli. È possibile, però, anche pensare di non ricorrere subito a produzioni di altissima qualità, provando invece a sperimentare l'efficacia di brevi filmati registrati con videocamere economiche, da pubblicare su siti come YouTube o altre piattaforme di condivisione video. Un'altra

opzione poco costosa è quella di sostituire i filmati con slide show accompagnati da un commento audio.

• **I contenuti interattivi possono aumentare il proprio roi.** I contenuti interattivi possono rivelarsi uno strumento particolarmente utile a coinvolgere gli internauti nelle proprie iniziative social media: permettere la pubblicazione di commenti e recensioni, aggiungere una chat forum, condurre periodiche sessioni live di domande e risposte online e consentire ai propri fan web di caricare contenuti sulle pagine social della compagnia rappresentano tutte possibili opzioni aperte a chi intenda percorrere questa strada.

• **Trasformare la propria comunità di amici online in creatori di contenuti.** Un numero crescente di società sta provando a coinvolgere i propri clienti per realizzare contenuti online (i cosiddetti user-generated content) a supporto delle proprie azioni di social media marketing. Fornire sistemi semplici che permettano ai propri fan di caricare immagini e file audio e video, relativi ai propri servizi e ai propri prodotti, può infatti incrementare considerevolmente il coinvolgimento degli internauti nelle proprie iniziative online e, al contempo, aumentare la brand awareness generale della propria compagnia.

«I responsabili marketing competono continuamente per attirare l'attenzione dei consumatori; il mercato richiede informazioni costanti in tempo reale; i clienti cercano soprattutto prodotti a valore aggiunto e contenuti avvincenti», conclude ancora Kashman, aggiungendo un ulteriore piccolo suggerimento dai risvolti quasi visionari: «Puntare, perciò, sui migliori talenti della propria organizzazione, in modo da trasformare alcune delle loro conversazioni quotidiane con i clienti in contenuti multimediali, può rivelarsi una strategia eccezionale per coinvolgere sempre più gli internauti e generare roi davvero significativi».

La filosofia di gestione di un Leading hotels catalano situato nel cuore della Costa Brava

C'era una volta la Gavina

Lontani da qualsiasi forma di omogeneizzazione dei servizi

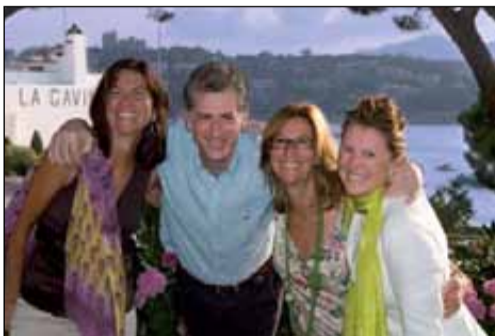
DI MASSIMILIANO SARTI

È una favola dagli esordi sorprendenti quella dell'Hostal de la Gavina. Adagiato su una piccola sporgenza rocciosa della Costa Brava, l'attuale Leading hotels of the world catalano affonda le proprie radici nella farina: un ingrediente che molti considererebbero insolito per la costruzione di un albergo super lusso. Eppure, agli inizi del Novecento, **Josep Ensesa y Cia** viveva a Girona, a nord di Barcellona, e faceva il mugnaio. Nel 1918 capitò poi che Josep accettasse un piccolo lotto di terra prospiciente il mare, in pagamento di un vecchio debito di un fornaio suo cliente. E che il figlio del mugnaio, **Josep Ensesa Gubert** detto José, convincesse suo padre a costruire un'abitazione di famiglia proprio sugli ex terreni del fornaio e poi a sviluppare un piccolo villaggio, S'Agaró, nei suoi immediati dintorni: una quarantina di edifici in tutto, che avrebbero dovuto rispecchiare lo stile architettonico locale, con le loro dimensioni ridotte e ricche di portici e terrazzi.

Ma la favola del figlio del mugnaio che diventa albergatore di charme si realizzò solamen-

te qualche anno più tardi, dopo l'inaugurazione della prima villa, nel 1924: fu allora, infatti, che José pensò di unire tra loro due case, per ottenere una piccola locanda. Questa venne inaugurata otto anni più tardi e il suo successo fu così subitaneo da convincere lo stesso José a triplicarne immediatamente le dimensioni. Oggi, a tanti anni di distanza e dopo l'intensa trasformazione a cui la regione è andata incontro a partire dagli anni 1950, è difficile immaginarsi la Costa Brava come un paradiso inesplorato. Ma è quello che era agli inizi del secolo scorso, prima di diventare quella icona del turismo di massa che è oggi unanimemente considerata. L'Hostal de la Gavina e S'Agaró, però, hanno saputo conservare i propri tratti originali, mantenendo intatto tutto il loro fascino primigenio.

Merito certamente pure della famiglia Ensesa, che possiede l'albergo ormai da tre generazioni e che ne gestisce oggi l'attività grazie alle sorelle **Carina, Ju-**



I fratelli Ensesa

lia e Virginia Ensesa Viñas, nonché al fratello **Josep**. «Non si può capire l'Hostal de la Gavina senza conoscere la storia di S'Agaró e del suo fondatore, nostro nonno Josep Ensesa Gubert», racconta Virginia senza nascondere una punta d'orgoglio: «Fin dall'inizio, la Gavina si è infatti presentata come un hotel indipendente dalle caratteristiche uniche». E, situata in un'area urbanizzata esclusiva e dall'accesso limitato, è stata capace di mantenere la propria proposta ricettiva distinta da quella della rampante Costa Brava. «Il nostro è un concetto di ospitalità residenziale che ancora oggi accoglie un pubblico di élite particolarmente esigente, felice di poter soggiornare in un ambiente che il governo catalano ha dichiarato, nel 1995, Patrimonio culturale e artistico da preservare».

Ma come è stato possibile, in tutti questi anni, conservare inalterato lo spirito del luogo, pur adeguando l'offerta alle esigenze dei viaggiatori del ventesimo secolo? «Armonizzare la tradizione con la modernità è sempre stato uno dei nostri

La struttura

L'Hostal de la Gavina, fin dall'apertura, ha accolto nelle proprie stanze molti viaggiatori famosi, tra cui anche alcuni membri della famiglia reale spagnola. I viaggiatori sono attirati dal fascino della costa rocciosa circostante e dalle sue spiagge intatte; la vicina città di Figueres, inoltre, è stata per anni il rifugio estivo preferito da molti artisti surrealisti e vanta persino un museo dedicato al suo cittadino più famoso, **Salvador Dalí**. Gli interni della struttura sono adeguati al livello del paesaggio in cui l'hotel è inserito: antichità, arazzi fiamminghi, lampadari di cristallo di Murano e incisioni di stile romanico arricchiscono gli ambienti, mentre ognuna delle 57 camere e 17 suite che compongono l'hotel è arredata in maniera unica e distintiva. Le materie prime utilizzate nel ristorante interno, infine, sono tutte di provenienza locale: comprate dai pescatori del posto o coltivate nei dintorni, spesso nella stessa S'Agaró, dove crescono, tra l'altro, limoni, magnolie, ulivi, palme e pini secolari.



Immagini dell'Hostal de la Gavina di ieri e di oggi

principali obiettivi», spiega ancora Virginia. «Proprio per questo abbiamo costantemente cercato di mantenere i nostri servizi all'avanguardia, senza tuttavia perdere il classico stile mediterraneo della struttura.

Perché l'innovazione continua è un must dell'ospitalità, ma lo è pure la conservazione della propria identità».

Una filosofia, quest'ultima, che gli Ensesa hanno saputo trasferire anche nei loro continui sforzi per tenere lontano l'Hostal de la Gavina da qualsiasi forma di standardizzazione e omogeneizzazione dei servizi, «così come avviene invece in molte grandi catene internazionali. La nostra identità si riflette soprattutto nell'attenzione che poniamo in quegli elementi e in quei particolari capaci di creare la vera eccellenza del servizio. Come, per esempio, la nostra collezione di arte antica che da sola costituisce un ottimo motivo per soggiornare almeno una notte da noi. Il nostro è, in altre parole, un approccio all'ospitalità estremamente personalizzato, grazie al quale cerchiamo di conoscere e capire ogni piccolo capriccio dei nostri ospiti e di esaudire ogni loro desiderio».

La Gavina, insomma, ha saputo adattarsi ai gusti dei viaggiatori di oggi senza tradire le proprie origini e, quel che forse più conta, mantenendo intatto il livello della propria offerta. «Nel nuovo millennio», riprende Virginia, «gli ospiti deside-

rano vivere i propri momenti di vacanza lontani dallo stress quotidiano. E in tale contesto la spa è un servizio da cui oggi non si può più pensare di prescindere». L'eccellenza della moderna offerta wellness de la Gavina, in questo caso, è testimoniata da ben due medaglie d'oro: un doppio prestigioso riconoscimento che il Condé Nast World Traveller Contest ha assegnato alla struttura catalana sia nel 2010 sia nel 2011.

«In quanto titolare di un hotel gestito da più generazioni della stessa famiglia», conclude Virginia, «credo veramente che la cosa più importante per noi sia il coinvolgimento e l'impegno che mettiamo nella conduzione quotidiana della nostra struttura secondo la nostra filosofia. Per me e per i miei fratelli, la Gavina non è solamente un business, ma soprattutto un'esperienza arricchente ed eccitante: un'eredità stimolante che intendiamo trasferire anche alle nostre prossime generazioni. A chi mi chiede che cosa avrei potuto e voluto fare se non mi fossi impegnata in questo mestiere, rispondo sempre, perciò, che mi riesce difficile pensare a una favola più bella».



Giro di poltrone alla guida di AtaHotels

DI MARCO BOSCO

Rinnovo dei vertici in casa della catena alberghiera controllata dal gruppo Fondiaria-Sai. **Giulio Carlo Dell'Amico**, già presidente di AtaHotels da aprile, è stato, infatti, recentemente nominato anche amministratore delegato della compagnia, carica precedentemente ricoperta da **Ernesto Albanese**. Contemporaneamente, **Roberto Franchi** ha assunto l'incarico di direttore generale della catena. Manager quarantaduenne, Franchi vanta una ventennale esperienza nel settore alberghiero, maturata nella gestione di alcuni dei principali resort di lusso italiani, nonché come direttore generale di Ac Hotels, dal 2003 al 2007, e successivamente di Max Hotels & Resorts. Primo obiettivo della nuova squadra manageriale sarà così quello di implementare il piano di rilancio della compagnia. «Siamo la prima



Giulio Carlo Dell'Amico

catena alberghiera italiana per numero di camere e per sale meeting», racconta, infatti, Dell'Amico, che prima di approdare in AtaHotels è stato partner di McKinsey Italia e ha ricoperto incarichi manageriali in Boston Consulting Group e in Kpmg Corporate Finance. «La nostra attenzione sarà focalizzata sull'incremento dei livelli di servizio al cliente, dell'efficacia commerciale e dell'efficienza operativa della catena. Il rafforzamento delle azioni commerciali, in particolare, sarà rivolto a migliorare



Roberto Franchi

ulteriormente le nostre strategie di revenue management e a incrementare la proattività e le sinergie a livello di catena della stessa attività commerciale, con una specifica focalizzazione sull'incremento dell'attività svolta con i nostri clienti (corporate e individuali) e sull'acquisizione di nuovi business. Tali azioni verranno supportate da un rafforzamento dell'attività di marketing della catena e affiancate da un ulteriore incremento dell'efficacia e dell'efficienza dei processi operativi».

Cosa cerca chi si candida per un posto di lavoro nella compagnia ferroviaria Ntv

Qualità e innovazione

Tra gli obiettivi, opportunità di formazione e carriera

DI **GIORGIO BINI**

WWW.NTVSPA.IT

Dopo aver parlato, negli scorsi numeri, con la responsabile selezione della compagnia, **Ilaria Afonso**, Job in Tourism torna a occuparsi di Ntv: il primo operatore privato italiano sulla rete ferroviaria ad alta velocità, che inaugurerà i propri servizi entro la fine del 2011. Con oltre 600 posizioni aperte, Ntv rappresenta infatti sicuramente una delle realtà di impiego più interessanti del momento. Questa volta, però, non concentreremo tanto l'attenzione sulle caratteristiche dell'offerta di lavoro,

quanto sulle aspettative che i candidati dimostrano di avere verso la compagnia guidata da **Luca di Montezemolo** e **Diego Della Valle**.

Moltissimi sono i giovani alla ricerca di un impiego che somigli il più possibile ai propri sogni. Ci si affaccia a un mondo del lavoro variegato e difficile, nel quale non è semplice orientarsi e scegliere dove e in che cosa investire il proprio talento. Perché allora, in questo momento storico, un giovane desidera entrare in un'azienda nascente come Ntv? È questa la domanda alla base dell'indagine che la compagnia ferroviaria

ha recentemente svolto tra gli aspiranti che hanno inviato la loro candidatura alla stessa Ntv. L'idea è quella di capire meglio i desideri e le aspettative di chi è in cerca di lavoro e di comprendere fino in fondo che cosa i candidati reputino attraente e di appeal e che cosa si aspettino esattamente dalla compagnia.

Al questionario hanno risposto oltre 7.500 soggetti e dall'analisi delle loro caratteristiche si evidenzia come il candidato medio sia un giovane di circa 28 anni, con una lievissima prevalenza di donne (il 51%) rispetto agli uomini (49%). Un altro dato interessante riguarda il tasso di scolarizzazione degli aspiranti professionisti Ntv, il 58% dei quali è diplomato e il 41% laureato. «Un'evidenza, quest'ultima», spiega **Sara Del Lungo**, direttore generale di Studio Staff, partner Ntv nelle attività di ricerca e selezione dei candidati e promotore della ricerca, «che sottolinea come oggi, in Italia, non siano solo i laureati, ma



Il progetto del nuovo spazio di accoglienza Casa Italo

anche i diplomati, a essere in cerca di un'occupazione. E Ntv, attraverso le sue diverse posizioni aperte, dà la possibilità a ognuno di candidarsi per il ruolo più adatto al proprio percorso scolastico e professionale. Il tutto senza al contempo tralasciare l'investimento sulla formazione professionale, sia per i giovani alla ricerca della prima occupazione, sia per coloro che vogliono riqualificarsi e sviluppare competenze specialistiche nel settore ferroviario.

La ricerca, in effetti, rivela anche come ben il 35% dei candidati ricopra attualmente

una posizione lavorativa, contro un 65% che è invece privo di occupazione e in cerca di un'assunzione. «È chiaro, insomma», riprende Del Lungo, «come anche le persone che hanno già un posto di lavoro considerino appetibile la nostra offerta e reputino la possibilità di cambiare impiego, entrando in Ntv, un'opportunità di crescita professionale». Un dato importante, anche perché la nuova compagnia capitanata da Luca di Montezemolo e Diego Della Valle ricerca anche figure di medio-alto profilo, come per esempio i train manager, per il cui ruolo la società pensa a personale qualificato e dotato di un'esperienza significativa alle spalle.

Ma i candidati come immaginano l'azienda Ntv? L'indagine da questo punto di vista è chiara: «Chi è attratto dalla nostra offerta di lavoro si aspetta una compagnia molto attenta a offrire un servizio di qualità per i propri passeggeri, ma anche impegnata a rispettare le norme di sicurezza per i lavoratori e per chi viaggia», conclude Del Lungo. «Per quanto riguarda il contesto lavorativo, infine, l'idea dei candidati è quella di trovare prima di tutto un buon clima organizzativo, dove esista un rapporto di fiducia tra responsabili e collaboratori e, non ultima, una possibilità di sviluppo e apprendimento continuo per i dipendenti. Ma i principali punti di forza percepiti dai candidati sono soprattutto due: la qualità e l'innovazione».



A sinistra, la sede di Ntv; a destra, il treno Italo



Il successo dei blog e dei social network è un dato di fatto: ogni giorno gli internauti sperimentano le nuove forme di confronto e condivisione, consolidando il ruolo della rete quale nuovo mezzo di partecipazione e comunicazione sociale. E non è facile fare il punto della situazione senza cadere nell'errore di estremizzare, esaltando incondizionatamente oppure demonizzando senza appello il web 2.0. Per le aziende, soprattutto, la rete rappresenta una grande incognita: ogni utente può infatti accedere con facilità a recensioni di qualsiasi genere, non sempre e necessariamente positive. «Un buon punto di partenza?», suggerisce Sara Del Lungo. «Interpretare lo sconfinato spazio del web per quello che è: un veicolo di trasmissione delle idee senza precedenti. Oramai consultare il web, prima di un acquisto o di una decisione importante, è una consuetudine consolidata per molti consumatori. Ed è proprio in quest'ottica che Internet può rappresentare un concreto canale di confronto con i propri clienti e, più in generale, con una grande fetta di

Il web: rischi e opportunità

audience. Noi di Ntv, per esempio, monitoriamo periodicamente i feedback degli utenti della rete, nell'ottica di offrire un servizio sempre migliore. Siamo infatti dell'idea che ogni post, ogni blog o area di discussione, e ogni commento riguardante la nostra azienda o il nostro modo di lavorare, possa rappresentare uno stimolo al miglioramento: l'opportunità di compiere un passo in più verso l'eccellenza».

Grazie a questo approccio, un recente monitoraggio Ntv ha, per esempio, scoperto come le informazioni più frequenti scambiate dagli utenti online, in merito ai processi di selezione della compagnia, riguardino soprattutto la segnalazione di tempi troppo lunghi nella trasmissione dell'esito del colloquio da parte dei selezionatori (nel 54% dei casi). «E noi oggi stiamo proprio lavorando su questo dato»,

aggiunge Del Lungo. «Anche perché tutti noi abbiamo vissuto il momento della ricerca del lavoro, e la frase "le faremo sapere" è una di quelle che vorremmo eliminare dal nostro vocabolario». La medesima indagine online ha rivelato inoltre come circa il 23% dei candidati ritenga lenti anche i tempi di inserimento del proprio curriculum nel database del sito Ntv. «I format online, però, purtroppo non consentono troppe semplificazioni», risponde anche in questo caso prontamente Del Lungo. «È per questo che è necessario l'impegno e la disponibilità dei candidati nel dedicare del tempo alla compilazione e alla sintesi dei contenuti». Sempre in un'ottica di miglioramento dei processi di comunicazione, la compagnia ha poi monitorato anche quali informazioni del proprio sito siano considerate poco chiare dagli internauti, ricavando importanti indicazioni per la stesura futura dei contenuti. «Perché siamo davvero convinti che le comunicazioni che i nostri candidati si scambiano in rete siano per noi una preziosa opportunità di miglioramento».

“Cambi di direzione”



Amedeo Esposito General manager

Dopo aver maturato diverse esperienze nei migliori alberghi dell'isola di Capri, approda nel 1995 al Grand Hotel Santa Lucia e Grand Hotel Oriente di Napoli, dove rimane fino al 2002. Questa esperienza si interrompe quando decide di spostarsi in costiera amalfitana a lavorare per il prestigioso hotel Santa Caterina di Amalfi (5 stelle, Small leading hotels of the world) come f&b manager. Nel 2005 ritorna quindi a Capri per assumere la direzione del Relais Maresca e poi, nel 2008, si sposta in Toscana per guidare il Relais Vignale nella zona del Chianti.

CHI

DOVE

DA DOVE

COME

Castello di Spaltenna
Località Spaltenna, 13
53013 Gaiole in Chianti
(Siena)
Tel. 0577.749483
info@spaltenna.it
www.spaltenna.it

Relais Vignale
Radda in Chianti
(Siena)

«L'obiettivo è quello di avviare un progetto di ulteriore crescita per consolidare l'offerta di qualità che il Castello di Spaltenna mette a disposizione da decenni nel panorama mondiale dell'hôtellerie. Ulteriori investimenti saranno poi destinati nella formazione delle risorse umane e nel rilancio del ristorante Il Pievano, splendido chiostro posto all'interno del castello: efficienza moderna fusa con l'affascinante atmosfera di un antico castello dell'anno Mille».

Una riflessione sull'attuale congiuntura e sulle strategie migliori per affrontarla

Quando bussava la crisi

Bisogna evitare il binomio bassi prezzi, bassa qualità

DI MASSIMILIANO SCIO'

Mentre l'economia mondiale, e in particolare quella italiana, mostra nuovamente segnali allarmanti, come testimoniano ampiamente i pessimi andamenti delle maggiori borse internazionali e la differenza sempre più marcata tra i rendimenti dei Buoni del tesoro nostrani e quelli dei Bund tedeschi, l'industria turistica nazionale si trova nel bel mezzo della sua stagione di punta. Il tradizionale balletto delle cifre è già iniziato, e ve ne daremo sicuramente conto nei prossimi numeri di Job in Tourism, ma non ci è dato ancora sapere quale sarà il risultato finale. Quel che è certo, però, è che l'attuale scenario congiunturale non può essere assolutamente sottovalutato. Per il turismo, da tempo invocato quale panacea di tutti i mali economici del nostro paese, è l'ennesima occasione per dimostrare tutto il suo potenziale. A patto, però, di mutare approccio e di non incorrere nei soliti errori che fino a qui ne hanno, almeno parzialmente, tarpato le ali. È quello che sostiene, nel suo nuovo intervento, anche il socio della Federazione delle associazioni italiane dei portieri d'albergo - Le Chiavi d'Oro (Faipa), Massimiliano Scio'.

La crisi c'è. È arrivata potentemente sulle scene mondiali, ma non si può dire che sia stata una sorpresa. Già



Massimiliano Scio'

all'inizio del 2007 molti economisti avevano annunciato una crisi uguale, forse, solo a quella del 1929: una crisi che sta mettendo in seria difficoltà la superpotenza americana e, con essa, l'Europa e l'Asia.

Nessuno gongola, se non i soliti (noti) speculatori. E in uno scenario ancora incerto e fosco viene da chiedersi, per gli addetti al settore, quale sarà il futuro del turismo: che ruolo giocheranno la ricettività alberghiera e la ristorazione nei prossimi mesi, ma soprattutto nei prossimi anni?

Le statistiche di luglio ci dicono che in alcune località

balneari la presenza è scesa del 20%, ma bisogna anche tener presente che il clima non proprio estivo non ha certo giocato a favore dei villeggianti. Agosto, pur essendo da bollino nero per le autostrade, non ha poi creato i blocchi apocalittici degli anni scorsi. Eppure il turismo tiene e può ancora diventare la carta jolly dell'Italia; può diventare quel punto di forza capace di fagocitare la crisi. Bisogna evitare, però, di ricorrere al classico binomio, mai vincente, «Si abbassano i prezzi, si abbassa la qualità». Una tentazione, questa, che non

ripaga albergatori e ristoratori nel tempo. Ma che rischia, anzi, di declassarli. Quello che occorrerebbe, al momento, è semmai calmierare le tariffe, scordandoci per un po' di tempo i periodi di alta stagione; non battere, in altre parole, il chiodo su quel leit motiv tanto caro a chi lavorava in albergo fino a ieri: «È alta stagione; è alto il prezzo». Proprio durante questi periodi bisognerebbe, invece, contenere i prezzi e proporre pacchetti in grado di invogliare tutte le persone, anche quelle che non possono spendere molto, a fare le valigie e a correre verso i luoghi di

villeggiatura.

E poi, a costo di ripetermi fino alla nausea, serve la qualità. Una qualità che vuol dire prodotti di livello nelle camere d'albergo, nonché gusto e raffinatezza nelle sale colazioni e nei ristoranti. Può sembrare un controsenso, ma spendere qualcosa in più nella qualità è un'assicurazione per il futuro. Per comprendere bene questo concetto mi servo di un semplice esempio: se dopo una visita medica il dottore vi dicesse che siete debilitati e dovete nutrirvi bene e fare una vita sana, voi che fareste? Comprereste carne, frutta e verdura di qualità, spendendo qualcosa di più del solito. Ecco: basta considerare l'investimento nella qualità come una cura per guarire dalla crisi.

Eppoi, non da ultimo, serve pure un sorriso sincero e un autentico spirito di accoglienza verso i nostri ospiti. Soprattutto in periodi neri come quello che stiamo attraversando, non ci si può permettere muscoli lunghi e sciattezza quando si accolgono degli ospiti: mai come ora sono infatti necessari spontaneità e un pizzico d'allegria. La crisi c'è, l'incertezza regna sovrana, ma la gente, sia che abbia molti soldi, sia che ne abbia pochi, ha voglia di evadere, di muoversi. E ciò proprio in virtù di un futuro tanto poco intellegibile. Adagiarsi ora vuol dire giocare la clientela degli anni a venire. Se la crisi bussava, diciamo che siamo al completo.

NOTIZIE IN PILLOLE

Nuovo cda Enit: soddisfatte le associazioni di categoria



Dopo oltre due anni di attesa è finalmente finito il periodo di commissariamento dell'Enit. Il ministro del turismo **Michela Vittoria Brambilla** ha infatti concluso, a fine luglio, l'iter per la ricostituzione degli organi di governance dell'Agenzia nazionale del turismo. Del nuovo consiglio di amministrazione fanno così ora parte il confermato presidente **Matteo Marzotto**, il coordinatore degli assessori regionali in materia di turismo, **Mauro Di Dalmazio** (con il ruolo di vicepresidente) e l'assessore della regione Emilia Romagna, in rappresentanza della Conferenza permanente statoregioni, **Maurizio Melucci**, insieme a **Flavia Coccia**, in rappresentanza del governo, e al presidente di Confturismo, **Bernabò Bocca**, in rappresentanza delle associazioni di categoria. Quest'ultimo, peraltro, ricoprirà la carica solo in una prima fase, secondo il principio di rotazione della delega in consiglio, sancito dal protocollo di intesa sottoscritto nei giorni scorsi da Assoturismo, Confturismo e Federturismo, che si sono così garantite la partecipazione collegiale della loro rappresentanza nel cda Enit. E proprio a questo proposito, le tre federazioni di settore hanno espresso, in una nota ufficiale, la loro soddisfazione per il varo del nuovo cda e il superamento della fase commissariale, che pone termine a una situazione di incertezza giuridica protrattasi per troppo tempo.

Lalique e Murano: due filosofie vetrarie a confronto

DI ANTONIO CANEVA

Non si può pensare a due produzioni di vetro più diverse di quelle che si realizzano a Murano e a Wingen sur Moder (Alsazia), nella vetreria Lalique. Quanto i vetri di Murano sono caratterizzati dall'esilità e ricchezza di colore, tanto Lalique produce degli ineguagliabili pezzi, soprattutto in monocromia con composizione materica.

Quando **Barbara Lovato**, responsabile di Atout France,

mi ha invitato all'inaugurazione della mostra *Illuminations et transitions*, che si tiene a Murano sino al 30 settembre, organizzata in collaborazione con Lalique, non ho certamente potuto dire di no, per almeno tre motivi: il ritorno alla città di origine, la visita del museo del vetro di Murano e l'inaugurazione della mostra.

È sempre affascinante il tragitto che porta alle isole della Laguna e, quando si arriva a Murano, per prima cosa si incontrano le vetrerie, alcune ormai reperti di archeologia industriale. Il museo è vivo e il direttore, nel darci il benvenuto, ci informava della recente autorizzazione al raddoppio dello spazio.

La mostra esibisce opere di **Caroline Prisse**, **Bert Frijns**, **Vincent Breed**



Sopra, il museo Lalique; qui a lato, da sinistra, una decorazione dell'Orient Express e un vaso (produzioni Lalique)



In alto a destra, lo stand della Lalique all'Esposizione universale del 1900 di Parigi



Barbara Lovato sul motoscafo per Murano

e un monumentale lavoro di **Joan Crous**. La presentazione dell'evento è anche l'occasione per parlare del museo Lalique in Alsazia, inaugurato il 1° luglio, che all'interno di uno spazio di 900 metri consente di seguire un percorso della storia, che dalla gioielleria passa

al vetro, attraverso il Liberty, il Déco, sino ai giorni nostri.

Ho deciso assolutamente di andare in Alsazia (terra tra l'altro di interessanti prodotti gastronomici) a visitare il museo; in attesa voglio citare una frase di **René Jules Lalique**, il fondatore della casa: «Lavora-

vo senza tregua, con la volontà di ottenere un risultato innovativo e di creare qualcosa che non si fosse ancora visto». Lui è fortunato, perché c'è riuscito e, anche in questi tempi, spesso superficiali, prodotti come quelli Lalique non passano certo inosservati.

A Taormina il simposio nazionale dell'Associazione professionale cuochi italiani

Un calendario molto ricco

Si parlerà anche dei trend futuri della nostra cucina

DI MARCO BOSCO

«Sono onorato di poter organizzare in terra siciliana il nostro evento più prestigioso, impreziosito quest'anno dal congresso nazionale, al quale presenzieranno tutte le più importanti cariche dell'associazione, nonché i delegati regionali e provinciali: le vecchie glorie e le nuove proposte. Sono sicuro che ci accompagneranno le ricchezze enogastronomiche di una terra meravigliosa, magistralmente elaborate dai nostri cuochi locali, che renderanno l'evento indimenticabile». Così **Carlo Re**, direttore generale dell'Associazione professionale cuochi italiani, presenta la prossima kermesse di Taormina, che prevede lo svolgimento,

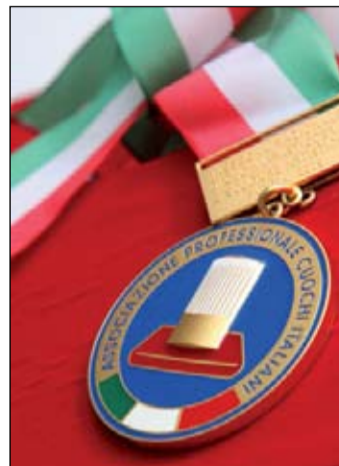
in un'unica occasione, sia del simposio nazionale sia del congresso nazionale della stessa organizzazione.

In programma presso l'hotel Hilton - Giardini di Naxos, dal 7 al 10 novembre 2011, il calendario, ricco di eventi, comprende, tra l'altro, la nomina e il conferimento dell'onorificenza al merito professionale dei Maestri di cucina: un appuntamento tradizionale dell'associazione, giunto ormai alla sua quattordicesima edizione, che ogni anno premia un'ottantina di chef con un comprovato curriculum d'eccezione e almeno 25 anni di attività ai fornelli alle proprie spalle. Una



Carlo Re

solenne intronizzazione per la consegna del collare rosso e blu con medaglione dorato, della pergamena Maestro di



Alcune onorificenze dell'Associazione professionale cuochi italiani

cucina e della targa di cristallo personalizzato vedrà quindi protagonisti i cuochi professionisti prescelti per il 2011 dalla commissione speciale istituita ad hoc.

Ma l'evento siciliano sarà anche l'occasione per premiare alcuni chef con l'ambita coccarda d'onore: un riconoscimento che va a quei cuochi già insigniti del titolo di Maestri di cucina, che sono stati capaci di perpetuare la loro professionalità nel tempo. A corollario della quattro giorni è prevista, inoltre, una tavola rotonda dedicata ai trend futuri della cucina italiana,

nonché alcuni workshop di formazione, degustazioni di prodotti enogastronomici del territorio e sfilate in divisa. Non mancherà, poi, neppure l'opportunità di visitare le città di Taormina e Messina, grazie a due tour guidati alla scoperta di queste celebri località siciliane. A margine dell'intera manifestazione si terranno, infine, gli incontri del congresso nazionale, durante il quale i dirigenti nazionali, regionali e provinciali si confronteranno tra loro per redigere il nuovo calendario di eventi, iniziative e manifestazioni dell'associazione.



“Movimenti”



Chi:
Riccardo Ghironi
Chef

Diplomatosi presso l'istituto alberghiero Giuseppe Minuto di Marina di Massa, Ghironi ha sorpreso tutti quando, durante il concorso 2009 della International Kremlin Culinary Cup di Mosca, è stato premiato con la medaglia d'oro per i suoi piatti caldi e con la medaglia d'argento per quelli freddi. A marzo 2011 ha poi partecipato al concorso Cucina internazionale, tenutosi a Marina di Massa, ottenendo un secondo posto, e si è qualificato per le Olimpiadi della cucina, che si terranno l'anno prossimo a Erfurt, in Germania. Nel corso della sua carriera ha avuto, inoltre, numerose occasioni per lavorare con chef di fama internazionale. In particolare, nel 2009 ha partecipato all'apertura del ristorante Bistrò di Mosca, insieme allo chef **Massimo Ferrari** e, sempre nello stesso anno, dal 1° aprile al 30 settembre, ha lavorato con lo chef **Daniel Facen** presso il ristorante Anteprema di Chiuduno, in provincia di Bergamo.

Dove
Seven Stars Galleria

Via Silvio Pellico, 8
20121 Milano
Tel 02.89058297
Fax 02.89058299
www.sevenstarsgalleria.com
galleria@townhouse.it

Perché

«Che stimoli dà a uno chef lavorare in un ambiente come quello del Seven Stars Galleria di Milano? È impagabile. Per alcuni è un punto di arrivo; per me una partenza, un nuovo confronto con un pubblico esigente e internazionale. Molto stimolante e appagante, la mia squadra di lavoro è dinamica e molto giovane: siamo pronti a nuove sfide».



Chi:
Barbara Corbisiero
Direttore Marachella Events (divisione eventi di Marachella Gruppo)

Laureata in economia e commercio presso l'università di Torino, Barbara Corbisiero, 43 anni, è entrata in Marachella Gruppo nel 2011 come direttore dell'Antico Borgo Monchiero: una struttura inaugurata proprio a maggio dell'anno scorso. In precedenza è

stata, tra l'altro, direttore di due strutture del torinese, come l'hotel Parlapà di Alpignano (dal 2007 al 2011) e l'hotel Cavalieri di Pinerolo (dal 2005 al 2007). È iscritta all'Associazione direttori d'albergo (Ada) e a Donne nel turismo (Dnt).

Dove
Marachella Gruppo

C.so Svizzera, 185
10149 Torino
Tel. 011.0674874
www.marachellagrupo.it
info@marachellagrupo.it

Perché

«Come direttore di hotel, negli anni passati ho avuto l'opportunità di gestire eventi diversi: dal matrimonio al convegno aziendale. Il Marachella Gruppo, grazie alle molteplici caratteristiche delle sue strutture e ristoranti, offre la possibilità di ospitare e gestire qualsiasi tipo di evento e di essere molto competitivi, in virtù delle proprie professionalità. Per queste ragioni ho deciso di affrontare questa nuova sfida, con l'idea di ampliare sempre più il settore eventi. Il nostro obiettivo, in particolare, è quello di rafforzare la specializzazione del nostro brand, valorizzando le nostre location esclusive e sviluppando parallelamente sia l'offerta dedicata al segmento business per congressi e meeting, sia quella riservata ai privati per matrimoni e cerimonie».



A.D.A.
Associazione Direttori Albergo
tel. 06 35403933 - www.adanet.it



A.I.B.E.S.
Associazione italiana barmen e sostenitori
tel. 02 29404565 - 02 29401685
www.aibes.it



A.I.C.R.
Associazione Vice direttori e Capi ricevimento di alberghi 4 e 5 stelle
e-mail: info@aicr-italia.org - www.aicr-italia.org



A.I.R.A.
Associazione Italiana Impiegati d'Albergo
tel. 02 5455041 - www.airclub.it



Associazione Italiana Maggioromi
Tel. 02 89058297 - cell. 349 6187963
www.maggiordomi.it



A.M.I.R.A.
Associazione Maîtres Italiani Ristoranti e Alberghi
tel. 02 49458768 - www.amira.it



A.N.G.
Associazione Nazionale Governanti
tel. 333 4778710 - 333 7467415
www.angitaly.it/index.htm



ASSOCIAZIONE PROFESSIONALE CUOCHI ITALIANI
tel. 02 76115315
www.cucinaprofessionale.com



E.H.M.A.
European Hotel Managers Association
tel. 06 4818888 - www.ehma.com



EURO-TOQUES ITALIA
Associazione Europea di Cuochi Professionisti
tel. 0521 525223 - www.euro-toques.it



FAIPA
Federazione delle Associazioni Italiane dei Portieri d'Albergo "Le Chiavi d'Oro"
e-mail: info@faipa-lechiavidoro.org
www.faipa-lechiavidoro.org



F.I.C.
Federazione Italiana Cuochi
tel. 06 4402178 - 06 44202209
www.fic.it



SOLIDUS
www.solidusweb.it



U.I.P.A.
Unione Italiana Portieri d'Albergo
presidente: uipa@lechiavidoro.org
www.lechiavidoro.org

Le prime impressioni di Giorgio De Roni, ceo fresco di nomina della low cost locale GoAir

Le nuove frontiere dell'India

Il calore con cui sono stato accolto mi ha davvero emozionato

DI MASSIMILIANO SARTI

«Sinceramente, lavorare qui in India è molto più divertente». La dichiarazione, di una chiarezza lapidaria, è di **Giorgio De Roni**, già chief revenue officer di Air One, e da maggio di quest'anno ceo della low cost indiana GoAir: una giovane compagnia in forte espansione che negli ultimi due anni ha registrato un Cagr (l'indice che misura il tasso di crescita annuale composto) del 55%. Un dato che, unito alle straordinarie opportunità di un mercato in grande sviluppo, con tassi di crescita attorno al 20% per un totale di circa 50 milioni di passeggeri rispetto a una popolazione di oltre un miliardo di persone, ben fa comprendere quanto stimolante possa essere l'ambiente indiano: uno spazio aperto, con ampi margini di manovra dove è ancora possibile esplorare nuove frontiere, soprattutto in termini di «politica commerciale, di espansione del network e di sviluppo delle destinazioni turistiche».

Certo, non è tutto rosa e fiori quello che si trova in India. «Il mercato è ancora fortemente regolamentato, gli aeroporti operano con molte limitazioni rispetto a quelli europei e gli

oneri in materia di sicurezza negli scali sono totalmente a carico delle compagnie, mentre i bassi livelli del costo del lavoro sono compensati dal pesante carico delle imposte sui carburanti», spiega De Roni. «E poi il sistema delle infrastrutture è ancora poco sviluppato. Anche se, da questo punto di vista, il governo nazionale sta portando avanti dei programmi decisamente interessanti».

L'idea di De Roni, che vanta una lunga esperienza nell'aviazione civile europea alle spalle, non è però quella di trasferire semplicemente i modelli del Vecchio continente nel contesto indiano. «Sarebbe un'impresa impossibile, perché si tratta di due mercati decisamente differenti. La linea su cui mi sto muovendo è quella di capitalizzare la mia esperienza europea traducendola liberamente nel nuovo ambiente in cui mi trovo. In India, per esempio, i modelli low cost e quelli di linea



Il managing director della compagnia, Jeh Wadia, con Giorgio De Roni (rispettivamente a sinistra e a destra, in primo piano)

sono ancora decisamente separati, a differenza di quanto sta avvenendo in Occidente, dove ormai le offerte delle compagnie tradizionali e delle linee aeree a basso costo tendono a confondersi tra di loro. Qui, inoltre, la competizione si basa soprattutto sul prezzo e sugli indici di puntualità, verso cui gli indiani mostrano una particolare sensibilità e che l'ente dell'aviazione civile nazionale pubblica mensilmente, in un contesto, da questo punto di vista, di estrema trasparenza».

De Roni in India è appena arrivato, tuttavia è già rimasto piacevolmente sorpreso dal nuovo ambiente: «In questi primi mesi di lavoro in GoAir, approfitto dei weekend per visitare tutti gli scali in cui siamo presenti. In uno di questi viaggi mi sono recato in Lada-

La compagnia

Lanciata nel novembre del 2004, GoAir è di proprietà del gruppo indiano Wadia, la cui attività, iniziata nel campo delle costruzioni navali, vanta una storia di oltre 275 anni. Attualmente opera con dieci A320 di età media di due anni su 18 differenti destinazioni interne, con oltre 11 mila passeggeri al giorno e un market share complessivo, a marzo 2011, del 6,03%. Ha inoltre all'attivo ordini per altri dieci vettori e prevede, nel futuro, anche la possibilità di sviluppare tratte internazionali. È, infine, la più giovane compagnia esistente a essere certificata Iosa: il programma di valutazione della sicurezza elaborato dall'International Air Transport Association (Iata).



Foto by e*m company - H. Goussé

kh, nel nord del paese. E il calore con cui sono stato accolto mi ha davvero emozionato: al mio arrivo ho trovato ad aspettarmi non solo tutto il nostro personale di stanza in quella regione, ma anche la polizia e le autorità locali. Qui in India, come peraltro in tutti i sistemi economici in crescita, si può respirare un grande entusiasmo. E le persone, i dipendenti della compagnia che incontro ogni giorno, dimostrano tutti forti

motivazioni, meticolosità nel lavoro e un sincero attaccamento alla compagnia. Se a ciò si aggiunge la naturale inclinazione all'ospitalità che hanno i

popoli orientali, si può ben capire come questa esperienza, oltre a essere estremamente arricchente, mi stia persino sorprendendo».

Sposato con due figli, De Roni ha peraltro preso la decisione di trasferirsi in India di comune accordo con tutta la famiglia: «Nostro figlio più grande è già due anni che vive a Chicago per studio, mentre quello più piccolo, che ha appena terminato la quinta ginnasio, presto mi raggiungerà in India per un'esperienza formativa culturalmente irripetibile. È chiaro, insomma, come la nostra famiglia sia abbastanza aperta a questo tipo di soluzioni. Del mio trasferimento nel lavoro e un sincero attaccamento alla compagnia. Se a ciò si aggiunge la naturale inclinazione all'ospitalità che hanno i

Una breve biografia

Laureatosi in lingue straniere, Giorgio De Roni inizia la propria carriera nel mondo dell'aviazione civile nel 1983, approfondendo le sue conoscenze, tra l'altro, in istituti ed enti prestigiosi come, tra gli altri, il Massachusetts Institute of Technology di Boston, la London Business School e l'International Civil Aviation Organization (Icao). Già direttore marketing in Alisarda (in seguito Meridiana), De Roni è poi vice president commercial in Alpi Eagles. Tra il 1999 e il 2008 lavora quindi in Air One, dove assume, tra l'altro, l'incarico di chief revenue officer. Prima di approdare in GoAir, a maggio di quest'anno, è infine consulente della compagnia irlandese di leasing aereo, Aircraft Purchase Fleet.



Fornitori per l'hospitality

UN PROGETTO PER PAVIMENTI E ILLUMINAZIONE

www.ti-led.it

Integra l'illuminotecnica alla pavimentazione e al rivestimento in gres porcellanato. È il progetto Ti-Led 2.0 di Ceramiche Keope, che offre ampie possibilità d'impiego e risponde a diverse necessità progettuali, sia estetiche sia funzionali. Il sistema Ti-Led 2.0, in particolare, è indicato anche per le guide luminose, i dispositivi di illuminazione di accento e per le luci notturne nei corridoi, nonché per le scalinate, gli atri, gli uffici, le sale conferenze, i passaggi pedonali, gli ascensori, gli ingressi e le uscite degli edifici.



COME PULIRE A FONDO DOVE C'È POCO SPAZIO

www.novaltecgroupp.com



Piccolo, maneggevole, estremamente pratico: l'ideale per fare le pulizie in ambienti che presentano problemi di spazio. È il Mini Pawnee di Novaltec: compatto e funzionale, eroga vapore

a 1.000 Watt, è dotato di una caldaia da 2,6 litri e offre pure l'opportunità di aggiungere un filtro ad acqua.

NOVITÀ SPALMABILI IN CASA STUFFER

www.stuffer.it

Due nuove proposte appetitose: il formaggio fresco Classico e il Latticino fresco light. Sono le nuove ricette «più» spalmabili dell'azienda altoatesina Stuffer: adatte a grandi e piccoli, sono ideali come ingredienti per realizzare sia piatti sfiziosi sia golosi antipasti, nonché per preparare aperitivi e merende a base di pane e formaggio. Il Latticino light, inoltre, è particolarmente indicato per chi vuole restare in linea, senza rinunciare al gusto. Come tutte



le proposte Stuffer sono prodotti solo con latte fresco, del tutto naturali e certificati, e non contengono Ogm e conservanti

TESSUTI MULTIUSO E SICURI

www.liuni.com



Tutti rigorosamente certificati e prevalentemente realizzati in fibre poliestere antifiama, i tessuti Liuni per il setto-

re alberghiero offrono ottime garanzie in tema di sicurezza anti-incendio. La ricca e poliedrica collezione, che comprende anche tessuti leggeri, oscuranti, d'arredamento e scamosciati, offre inoltre soluzioni per molteplici utilizzi: dalla realizzazione di tendaggi e copriletto ai rivestimenti murali, dai complementi d'arredo all'imbottitura di mobili.

Quali sono le maggiori novità che la normativa introduce per le imprese del comparto ricettivo

Il Codice del turismo ai raggi X

Perplexità sulla nuova categoria delle strutture paralberghiere

DI SALVATORE PEDILARCO

Il nuovo Codice del turismo è stato approvato da pochi mesi, ma ancora, come spesso avviene nel contesto di simili interventi delle istituzioni nazionali in tema di regolamentazione e disciplina dell'industria dei viaggi e dell'ospitalità, non ne sono chiari i risvolti operativi e soprattutto le conseguenze per chi ogni giorno affronta la materia dal punto di vista lavorativo. L'avvocato Salvatore Pedilarco ne fa quindi una breve ma approfondita analisi, dal punto di vista giuridico, che mira a svelarne specificità, potenzialità e criticità, con particolare riferimento al settore turistico-ricettivo.

Lo scorso 21 giugno è entrata in vigore la normativa statale in tema di ordinamento e mercato del turismo dettata dal decreto legislativo numero 79 del 2011, meglio noto come Codice del turismo, con il quale si è inteso offrire, a un settore che vale quasi il 10% del prodotto interno lordo nazionale, un quadro normativo omogeneo.

In particolare, l'intento, per lo meno dichiarato, che ha mosso l'elaborazione del suddetto Codice, abrogativo della legge precedente in materia, la numero 135-2001, va individuato nella necessità di rendere più fluida e snella una normativa complessa e frammentata, ma, al contempo, anche nell'esigenza di realizzare una riforma che da una parte avvantaggi la tutela del

turista e, dall'altra, agevoli le imprese del settore e l'aumento della loro competitività.

Tralasciando in questo breve commento al Codice gli aspetti che più interessano il singolo turista, vediamo quindi quali sono le principali novità riguardanti o, comunque, influenti sugli operatori del comparto ricettivo. Innanzitutto corre l'obbligo di segnalare come la riforma abbia istituito i cosiddetti distretti turistico-alberghieri, ovvero zone franche a burocrazia zero, preordinate a riqualificare e rilanciare l'offerta turistica nostrana e internazionale, così da accrescere lo sviluppo delle aree e dei settori dei distretti medesimi. Tra gli obiettivi dei distretti rientra l'intenzione di migliorare l'organizzazione e, dunque, l'efficienza dei servizi, ma anche il fatto di assicurare, alle imprese che vi operano, maggiori garanzie giuridiche, in relazione alle opportunità di investimento e di accesso al credito, e in generale maggiore celerità e una serie di semplificazioni nei rapporti con la pubblica amministrazione.

Su tali presupposti il titolo primo del Codice, in aderenza alle disposizioni contenute nel titolo quinto della Costituzione, innanzitutto traccia le competenze statali in materia, sulla scorta dei principi di sussidiarietà e di competenza legislativa esclusiva e concorrente tra stato e regioni; quindi imprime effettività all'equiparazione tra impresa turistica e industriale in ordine al riconoscimento, anche alle prime, di sovvenzioni,

contributi, incentivi e benefici di ogni genere; giusta l'iscrizione nel registro delle imprese, ma pur sempre nel rispetto dei limiti fissati dall'Unione europea in materia di «aiuti di Stato alle imprese».

Alquanto semplificato appare, poi, l'iter burocratico per l'apertura di una nuova attività turistico-ricettiva, laddove la nuova normativa specifica che a tal fine sarà sufficiente una semplice comunicazione certificata di avvio attività alle autorità competenti sulla base delle condizioni, ed entro i limiti, dettati dall'articolo 19 della legge numero 241 del 1990. Una novità che, a parere dello scrivente, da una parte favorisce tutti quegli imprenditori, o aspiranti tali, che si affacciano al settore, ma che allo stesso tempo pone dubbi su una possibile proliferazione selvaggia a discapito dell'intera categoria, ancorché la stessa possa essere temperata dal rispetto di standard minimi nazionali dei servizi e delle strutture, la cui fissazione è affidata, ai sensi dell'articolo 10 del Codice, al governo d'intesa con le regioni e le provincie autonome di Trento e Bolzano.

Più di una perplessità permane, invece, sull'ulteriore contrappeso contemplato dal medesimo articolo 10 del Codice, associabile alle stelle e attinente a controlli di qualità affidati a un sistema di rating nazionale; in quanto, non essendo stato specificamente disciplinato, parrebbe essere lasciato alla volontà degli

stessi imprenditori.

Per quel che riguarda poi, nello specifico, le strutture ricettive, che l'articolo 8 del Codice suddivide in alberghiere, paralberghiere, extralberghiere, all'aperto e di mero supporto, giova in primo luogo segnalare l'ultimo capoverso del comma 2 del precitato articolo, il quale dispone che «nella licenza di esercizio di attività ricettiva è ricompresa anche la licenza per la somministrazione di alimenti e bevande per le persone non alloggiate nella struttura nonché... per le attività legate al benessere della persona»; una disposizione che soddisfa certamente l'impresa turistica ricettiva, ancorché a discapito soprattutto degli esercenti i servizi di ristorazione, i quali, nei fatti, vengono a trovarsi gravati da un'ingiusta concorrenza, frutto di un'asimmetrica competizione tra imprese nate e sviluppatasi con finalità e dinamiche differenti.

Tuttavia, se da una parte il settore ricettivo può ritenersi soddisfatto dall'entrata in vigore del Codice, altrettanto non può dirsi in ordine all'impatto che lo stesso viene a subire dal nuovo sistema di classificazione

L'autore



Salvatore Pedilarco

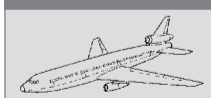
extracontrattuale, al diritto del lavoro e fallimentare, nonché alla contrattualistica e alle procedure monitorie, esecutive e cautelari preordinate alla tutela del credito.

ne, specie per quanto riguarda la categoria degli albergatori. E invero, la proliferazione delle suddivisioni in ambito ricettivo apportata dagli articoli 8 e 9 del Codice, in controtendenza con uno dei principali obiettivi che ha mosso la stessa elaborazione della normativa in commento, genera un certo grado di incertezza e confusione, finanche potenziali problemi in termini di concorrenza sleale, che potrebbero generare dalla nuova categoria ricettiva battezzata dal Codice con il termine paralberghiera, poiché priva di chiare linee di demarcazione e tendente a sovrapporsi alla già contemplata e tutt'ora esistente categoria extralberghiera.

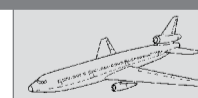
Ciò nondimeno, nonostante la permanenza di qualche perplessità, possiamo affermare, con specifico riguardo all'impresa turistica ricettiva, che nel complesso la nuova normativa sia da ritenersi tendenzialmente positiva, ferma restando l'auspicata definizione di standard minimi qualitativi nazionali necessari ad assicurare una reale trasparenza e uniformità all'offerta turistica italiana, così da ovviare al paventato rischio d'ingiusta concorrenza.



Due icone del turismo italiano: da sinistra, una veduta del centro di Roma e il Canal Grande a Venezia



“Trasferimenti”



Vinod Kannan
General manager Italia

Conseguito un master of science presso la National University di Singapore e il Massachusetts Institute of Technology di Boston, Vinod, 32 anni, sposato con una figlia, ha iniziato il proprio percorso professionale in Singapore Airlines nell'agosto 2001, trascorrendo i suoi primi sei anni nella compagnia presso gli head office del gruppo e ricoprendo varie posizioni nelle divisioni marketing, network planning e sales. Nel giugno 2007 si è quindi trasferito a Calcutta, dove ha assunto la carica di manager per l'India Orientale, prima di diventare central province manager per l'Arabia Saudita nel gennaio 2009. Prima dell'attuale incarico, infine, è stato direttore generale per il Medio Oriente.

CHI

DOVE

DA DOVE

COME

Singapore Airlines
Viale Lancetti, 43
20158 Milano
Tel. 06.47855370
Fax 06.65012091
www.singaporeair.it

Singapore Airlines
Direttore generale
per il Medio
Oriente

«È un onore per me far parte del team di Singapore Airlines Italia. La penisola rappresenta, infatti, un mercato molto importante per la nostra rete europea. Siamo operativi a Roma da 40 anni e l'ingresso nel nostro network di Milano nel 2006 ha concesso alla compagnia nuove e importanti opportunità sul territorio italiano, dove il nostro servizio top class è certamente molto apprezzato».

Quanto contano accoglienza e ambiente nella definizione di un'offerta ristorativa di qualità

I maître: unici e insostituibili

Eppure si sta perdendo la consapevolezza della loro importanza

DI ALESSANDRO CIRCIELLO

Dopo il consulente Massimo Feruzzi, che sullo scorso numero 14 di Job in Tourism ha affrontato il delicato tema della crisi vocazionale dei camerieri, anche il presidente della Federazione italiana cuochi Lazio, Alessandro Circiello, torna a parlare di accoglienza nei locali della ristorazione. E lo fa insieme a Ettore, l'immaginario amico-lettore esperto di enogastronomia. Perché la qualità del servizio in sala è un elemento imprescindibile dell'offerta ristorativa, che non può essere né dato per scontato, né tanto meno sottovalutato,



Alessandro Circiello

ma che è il risultato finale di una somma di professionalità ben precise, da formare e valorizzare.

Ettore. L'accoglienza è un termine che si adatta solo ai ristoranti di classe o riguarda tutti i livelli della ristorazione?

Alessandro. È il fattore che ovunque fa la vera differenza. A volte è persino più importante della qualità del cibo. Tanto è vero che, anche ad alto livello, ci sono dei ristoranti che propongono una cucina tradizionale e semplice, simile a quanto si può trovare in una trattoria più comune: è l'accoglienza, in questi casi, a essere profondamente diversa, assieme all'ambiente.

E. Intendi nelle situazioni normali e non patologiche, vero?

A. Sì, certamente. Così come una semplice ma corretta osteria non è affatto il contraltare negativo di un ristorante di lusso, ma un altro modo di accogliere l'ospite. Non è detto, infatti, che tutti apprezzino lo stesso stile o la medesima cucina: come per tutti gli altri ambiti della vita, anche in quello gastronomico fortunatamente i gusti sono vari. Per questo motivo esistono tanti modi e tanti luoghi per fare ristorazione quanti sono gli stili di vita: dal



La terrazza del ristorante Pistou del Fairmont Monte Carlo

semplice e veloce banco di un bar al ristorante di un albergo a 5 stelle.

E. Come si può allora definire il servizio in un ristorante?

A. Come una specie di biglietto da visita, perché è il primo approccio che il cliente ha con un ristorante. In linea generale i commensali vogliono avere la sensazione di trovare, nel locale in cui scelgono di andare a mangiare, una sorta di seconda casa: apprezzano quindi anche i gesti semplici, ma cortesi, come una stretta di mano del gestore e il sorriso dei camerieri; desiderano, in particolare, avere l'impressione che il proprio benessere sia al centro degli interessi di tutto il personale. La soddisfazione dell'ospite, poi, porta giovamento anche al clima di lavoro, in una sorta di reciproco scambio benefico di influenze.

E. In fatto di ambiente, invece, quali sono le caratteristiche

Una ricetta ricca di antiossidanti per favorire l'abbronzatura di fine estate

Millefoglie di pescatrice con prugne della California

Ingredienti per 4 persone:

filetti di pescatrice g. 600, pomodori canditi g. 200, prugne della California Sunsweet g. 200, scorze di agrumi, zucchero, erbe aromatiche, olio d'oliva extravergine, sale e buccia di pomodoro qb.

Procedimento:

Pulire bene i filetti di pescatrice da ogni filamento e pellicina nera, e scalopparli a fettine spesse mezzo centimetro. Scaldare poi la padella antiaderente con dell'olio e rosolarvi per un minuto soltanto, ma a fuoco molto viva-

ce, le scaloppine di pescatrice. Rosolare, inoltre, sempre nella stessa padella, 15-20 prugne. Montare quindi la millefoglie, alternando le fettine di pescatrice, le prugne e le falde di pomodoro candito a lamelline (per i pomodori canditi: lasciarli in forno con delle scorze di agrumi, zucchero, sale, olio, erbe aromatiche per 50 minuti a 120 gradi).

Composizione:

Servire la millefoglie calda e ultimare con la buccia di pomodoro essiccata (si può essiccare anche molto velocemente in forno a microonde adagiandola su un foglio di carta forno).

essenziali, che anche una trattoria non può trascurare?

A. La pulizia, l'educazione e la capacità di trasmettere professionalità: una toilette pulita si può e si deve trovare a qualsiasi livello. L'importante, in fondo, è che l'ambiente sia adeguato all'offerta: funzionale, piacevole e corretto, nonché in linea con i prezzi proposti. Perché l'obiettivo è sempre quello di fare

in modo che il cliente provi una sensazione di benessere. Personalmente, poi, non amo il vociare alto; detesto quando in sala arrivano voci di litigi e rimproveri tra gli addetti della cucina e ancor di più quando questo avviene in sala. Lode, in altre parole, all'allegria e all'umanità del servizio, senza naturalmente mai arrivare all'invadenza.

E. Eppure la vera spina dolente della ristorazione italiana sembra sia ormai proprio il servizio: un tempo tutti sorridevano, erano allegri e trasmettevano amore per il proprio mestiere; oggi questo sembra non avvenire più. Come mai?

A. In effetti, è sempre più difficile trovare un buon maître di sala con la sua brigata di validi collaboratori. Sembra che si sia persa la consapevolezza della centralità di questa figura professionale: un buon maître è un po' psicologo, sa consigliare, suggerire, dire o non dire al cliente, conosce almeno due lingue ed è in grado di presentare bene un piatto, abbinandovi i giusti vini. Certo, è difficile pretendere di trovare in una sola persona tutte queste attitudini e conoscenze. Ma è proprio per questo che il maître è una professione che va coltivata e valorizzata con il tempo. Invece, nella maggioranza dei ristoranti di oggi, questa figura risulta



Veduta di Roma dalla terrazza del Rome Cavalieri Hilton

spesso inadeguata al ruolo che ricopre.

E. La cosa curiosa è che questa inadeguatezza non sembra legata al conto: non è affatto detto, cioè, che pagando di più si possa avere un sorriso in più.

A. Il fatto è ancora più curioso se si considera che la gente tende a prenotare nei ristoranti dove si è trovata bene accolta, anche se poi, magari, sa di mangiare in maniera non eccezionale. Il servizio e l'ambiente sono, infatti, alla base di qualsiasi strategia di fidelizzazione: le persone tornano in quei locali dove trovano un valore aggiunto e un legame, capaci di superare il normale desiderio di provare nuove esperienze culinarie.

E. Oggi molti chef amano intrattenersi personalmente con i propri clienti. Ma fino a che punto un cuoco può sopperire a eventuali difetti dell'accoglienza?

A. Gli chef in gamba, e con il giusto carattere, escono sempre più frequentemente in sala, accolgono i commensali sulla porta e soprattutto si accomiatano da loro alla fine della cena, quando sono più liberi dagli impegni di servizio. Non potranno però mai, a mio parere, sopperire completamente a una figura professionale come quella del maître, che è insostituibile per importanza e unicità.

Chef toscano per un giorno

DI GIORGIO BINI

Come si cucina lo spezzatino di cinghiale e altri segreti della cucina toscana. Lo si può scoprire con il nuovo pacchetto de La Melosa Resort di Roccastrada: una proposta culinario-gastronomica con risvolti benessere, che testimonia dell'impegno della struttura grossetana nel proseguire la sua politica di strategie promozionali volte a intercettare due trend della domanda particolarmente in voga in questo momento: la cucina e il wellness. La nuova iniziativa, in particolare, è stata appositamente pensata per consentire agli ospiti di diventare cuochi per un giorno: un programma della durata di tre ore circa, durante il quale lo chef del resort guida i partecipanti, passo dopo passo, nella cucina e nella composizione di alcuni piatti della più classica tradizione toscana. Oltre al cinghiale, si può così, per esempio, imparare a fare i cantucci, rigorosamente da abbinare a un buon bicchiere di Vin Santo, nonché i picci cacio e pepe: una pasta fatta a

mano «appiccando» farina, acqua e albumi d'uovo, tipica della Val di Chiana, le cui origini risalgono alla notte dei tempi; lo dimostra anche un dipinto di una tomba etrusca, dove lo stesso piatto si trova raffigurato su una patera (la scodella dell'epoca) di un servo, intento a portarla in tavola per il tito-

lare del monumento funerario, che evidentemente doveva esserne particolarmente ghiotto. Dopo la lezione, peraltro, agli allievi chef non mancherà neppure l'opportunità di rilassarsi nel centro benessere o a bordo piscina, in attesa della cottura dei piatti conosciuti durante la giornata.

LA RICETTA

Lo spezzatino di cinghiale

Ingredienti per 4-6 persone:

Per il soffritto: cipolla bionda g. 200, due spicchi d'aglio, olio extra vergine di oliva g. 100, alloro, salvia e bacche di ginepro qb. Per lo spezzatino: polpa di cinghiale marinata kg. 1, pomodori freschi g. 400, olive nere g. 100 gr, brodo vegetale l. 1.

Procedimento: Tritare finemente gli ingredienti del soffritto e cuocere lentamente per uniformarne l'aroma. Alzare quindi la fiamma e aggiungere



il cinghiale a pezzettoni. Una volta che questi è ben rosolato, unire il pomodoro fresco e le olive, e cuocere lentamente (3-4 ore), versandovi il brodo un po' alla volta.

CEDESI GESTIONE RAMO D'AZIENDA

RELAIS S. AMBROGIO

In Toscana - Val d'Orcia - 4 km da Pienza

6 suites - 5 camere

Ricevimenti ed eventi

Ristorante di 470 mq con ampio spazio esterno

Chiesetta consacrata, Piscina

Laghetto artificiale con possibilità di pesca, riserva faunistica

Si richiedono garanzie bancarie.

Contatti:

06 32.02.041/45

apollonj@tiscali.it

www.pieffeimmobiliare.it



Oggetto: Relais S. Ambrogio

1) Ubicazione

La struttura si trova in piena Val d'Orcia, a soli 4 Km da Pienza.

2) Struttura

La struttura fa parte di una azienda agricola di 240 ettari. E' zona faunistica di ripopolamento ricca di animali: caprioli, daini, cinghiali, istrici, lepri, etc. etc.. E' riserva di caccia, di tartufi e di funghi. Ha un laghetto artificiale dove è possibile pescare.

In una prima fase viene dato in gestione un locale ristorante di 470 mq su due livelli, autorizzato per 90 persone sedute.

Fanno parte del ristorante anche un terrazzo e un piazzale dove è possibile sistemare 250 persone sedute, particolarmente adatto, quindi, a ricevimenti e matrimoni.

Sullo stesso piazzale è situato un locale adibito "wine bar" ricavato dalle vecchie cantine.

Vengono dati in gestione anche 6 appartamenti, cinque composti da soggiorno, 2 camere e doppi servizi ed uno composto da soggiorno, camera e servizio. Le camere potranno anche essere locate singolarmente.

La superficie degli appartamenti è di 524 mq coperti. Fa parte della struttura anche un notevole spazio esterno con ampi parcheggi mascherati da olivi per non togliere la bellezza del paesaggio della Val d'Orcia.

Gli spazi esterni sono in lavorazione in questi giorni e sono ricchi di olivi, alberi da frutta e piante secolari; sarà realizzata una piscina.

3) Relais Petricce

In una seconda fase sarà dato in gestione anche un altro casale "Relais Petricce" composto da 11 camere con bagno e da un centro benessere di 90 mq. La superficie totale delle stanze è di 416,55 mq.

4) Tipo di contratto

a) La struttura S. Ambrogio viene data in gestione con un contratto di cessione di ramo d'azienda della durata di 4 anni + 4.

b) Il costo di affitto della struttura "Relais S. Ambrogio" è di 120.000,00 euro.

c) Il flusso turistico è costante per tutti i dodici mesi dell'anno, data la posizione.

d) Sarà possibile locare per singole giornate una cappella consacrata che fa parte del casale padronale.

e) La struttura è pronta a partire dal mese di agosto 2011.

f) Facilitazioni per i primi due anni di contratto.

g) La struttura è nuova.

LOUNGE BAR

IN POSIZIONE PRIVILEGIATA E DI GRANDE AFFLUENZA,

MILANO CENTRO, ADIACENZE SAN BABILA, AFFITTASI RAMO

D'AZIENDA, OTTIME CONDIZIONI.

SONO RICHIESTE PROFESSIONALITA', ESPERIENZA ED

INOLTRE REFERENZE E GARANZIE.

PER CONTATTI TELEFONARE IN ORARIO D'UFFICIO AL

335 360099 E MAIL infobar.restaurant@gmail.com



Società di gestione dei servizi ristorativi, con sede a Roma,

composta da professionisti esperti del mondo della ristorazione

di sala e cucina, con pluriennale esperienza in Hotel e Ristoranti,

valuta proposte di **acquisizione dei servizi ristorativi di****Hotel 4/5 stelle**, dando un forte senso al valore morale e

professionale dell'esternalizzazione dei servizi ristorativi.

Si richiede e si garantisce la massima serietà e

riservatezza, per appuntamenti ed incontri, scrivere a

lemmore@gmail.com

Vendesi in zona Assisi Albergo tre stelle in ottime

condizioni con ristorante, pizzeria con ingresso esterno, piscina,

giardino, parcheggio, garage.

Per informazioni: 335 5926037

VENDESI in Umbria in zona di sicuro interessecommerciale, per motivi familiari, **Albergo Ristorante****tre stelle** con parcheggio privato, completamente

rinnovato. Prezzo strepitoso.

Per informazioni:

347 5963746

E-Mail: ristoranteghp@infinito.it

Comunicazione privacy

Il responsabile del trattamento dei dati personali

raccolti in banche dati di uso redazionale è l'editore a

cui, presso la sede di via F. Carcano 4, 20149 Milano

(tel. 02 43 98 04 32 fax 02 4802 51 54), gli interessati

potranno rivolgersi per esercitare i diritti previsti ai

sensi dell'art. 2 all. A Dlgs 196/2003

Ideato da
RISPOSTE TURISMO

Organizzato con
V.T.P. VENETIA

ITALIAN CRUISE DAY
Venezia | 28.10.2011
la giornata della crocieristica italiana

VOU LAVORARE NELL'INDUSTRIA CROCIERISTICA?

Carriere@ICD, Sabato 29 Ottobre
dalle 9,00 alle 13,00 a Venezia

I giovani incontreranno i responsabili delle risorse umane di prestigiose realtà attive nell'industria crocieristica: da compagnie a porti, da agenzie marittime a tour operator e network di agenzie di viaggi

Le iscrizioni sono aperte: affrettati per assicurarti uno dei 100 posti gratuiti

La partecipazione a Carriere è riservata ai primi 100 iscritti che dimostreranno di possedere i requisiti richiesti (essere studenti di tutte le Scuole Secondarie e le Università Italiane e/o avere non più di 27 anni di età). Ad essi sarà riservata l'opportunità di partecipare anche ad Italian Cruise Day, venerdì 28 Ottobre, partecipazione che è al tempo stesso condizione necessaria per confermare l'iscrizione a Carriere@ICD.

Scopri le aziende che parteciperanno su www.italiancruiseday.it

Italian Cruise Day si realizzerà in partnership con
VENEZIA TERMINAL PASSEGGERI s.p.a.

Main sponsor
GENERALI SIAT

Sponsor
Sostengono la prima edizione di ICD
CEMAR, Alonzi & Bernardi, MINDO SANTI, GREGOLIN

Per maggiori informazioni
T. +39 041 244 6990
F. +39 041 244 6985
segreteria@italiancruiseday.it

Con il patrocinio di:
Ministero del Turismo, Provincia di Venezia, Comune di Venezia, Regione del Veneto, Porti di Venezia, Venezia International

CHEF DI CUCINA GIOVANE E CAPACE, ESPERTO IN CUCINA SALUTISTICA E MEDITERRANEA E BIOLOGICA, VALUTA PROPOSTE IN ALBERGHI DI CATEGORIA SUPERIORE A TEMPO INDETERMINATO DISPONIBILE ANCHE PER SVIZZERA E AUSTRIA E ZONE DI CONFINE.

327 0114093 (14:30 17:00)

Donna con esperienza ventennale in alberghi di lusso 5 stelle LHW e SLH nella funzione di RDM, OM e GM. Inoltre esperienza in F&B, banchettistica e ristorazione 5 stelle. Esperienza e gestione miche, commerciale, marketing e client satisfaction.

Padronanza perfetta scritta e parlata dell'Italiano, Francese, Inglese, Tedesco, Olandese

Buona conoscenza dei PMS: Sysdat, SAP, GP dati, Opera

Gestione expedia, booking, trust, hotel blog, sito, pagina facebook hotel, gestione booking engine hotel. Ottime capacità comunicative e leadership.

Attualmente impiegata in Lombardia, desidera ritornare in Campania per ricongiungimento familiare. Curriculum disponibile su richiesta 345 8189762 - email mscarpati21@gmail.it

VICE-DIRETTORE OPERATIVO di hotel 4 stelle con esperienza anche come governante e gestione dei piani, manutenzione, breakfast, decorazioni, arredo e acquisti, automunita patente B, conosce i software gestionali nel campo alberghiero come Genius e i programmi di uso comune come Word, Excel e Publisher offre la sua collaborazione in Lombardia. Ha prodotto un manuale di standard alberghiero per gli hotel a 4 stelle.

Tel: 348 8798594 - Email: margkuc@googlemail.com

CHEF DI CUCINA

37enne referenziato e recensito nel 2011 con 14/20esimi dal Raspelli, valuta da ottobre collaborazione a tempo indeterminato, preferibilmente Italia.

Buon livello di cucina, onestà, pulizia, assoluta correttezza e spirito aziendale. Ore 15,30 - 17,30. Disponibile previo accordo a prove o food testing.

Tel. 338 5349688 Andrea

ASSISTENTE DI DIREZIONE

dei locali Food & Beverage e Retail presso l'Aeroporto di Treviso valuta proposte di lavoro settore Turistico Alberghiero. Disponibilità al trasferimento Campania, Lazio e temporaneamente in altre regioni d'Italia. Si garantisce serietà, flessibilità e motivazione. Predisposizione al lavoro di gruppo e al raggiungimento degli obiettivi aziendali. Conoscenza lingue. Disponibilità dopo preavviso previsto dal CNLL per il livello 2.

340 0755089

mariasalvatrice.terracciano@faswebnet.it

EXECUTIVE CHEF 41 anni con esperienza in compagnia di crociera e prestigiose strutture in Italia cerca lavoro per stagione invernale o annuale in hotel 4/5 stelle con disponibilità da ottobre 2011. Gestione grandi brigate e controllo costi F&B. Referenze su siti web.

cell 338 4680146 www.marcopepdratti.it

Responsabile, dinamico, flessibile, capacità sviluppo Commerciale, Revenue Management, studio Concorrenza, passione per questo settore e disponibile per **Direzione Hotel**, valuta proposte.

Serio, bella presenza e predisposto al team building.

Disponibilità immediata.

Per contatti: **72_a@libero.it - Cell. 392 2660781**

HOSPITALITY CONSULTANT -

professionista con 20 anni di esperienza internazionale offre consulenza gestionale per alberghi, residence, agriturismi, B&B o case vacanze di qualsiasi dimensione su misura a prezzi competitivi.

Tel: 333 2191252

Mail: clemens.b@tiscali.it

SEGRETARIA RICEVIMENTO

/ COMMERCIALE, esperienza in alberghi di elevato standard Italia e estero, conoscenza lingue inglese, francese e spagnolo si propone per alberghi annuali / stagionali.

Disponibile a viaggiare

Determinazione e serietà

Tel. 347 5267660

e mail

melodiaargondizzo@libero.it

REALTY in TOURISM

Si sentiva la necessità di un nuovo sito quale vetrina dell'immobiliare turistico, degli affitti di aziende, delle cessioni di attività e delle locazioni di immobili ad uso turistico, e che, nei propositi, diventasse un luogo di dibattito sulle tendenze e tecniche architettoniche? E se inoltre questo sito permettesse anche di proporre in vendita arredi ed attrezzature, usate ma in buono stato ed utilizzabili? In Italia sono presenti oltre 30.000 alberghi, parecchie migliaia di agenzie viaggi, decine di migliaia di ristoranti, villaggi turistici, B&B, agriturismo, e parte di queste attività ogni anno viene ceduta, data in affitto o, piuttosto, in gestione: un numero enorme di transazioni. Ed allora la risposta è naturale: c'era bisogno di un sito dove trattare specificamente questa materia e, se poi questo sito, può avvalersi anche della visibilità dei visitatori che transitano da www.jobintourism.it e di *Job in Tourism* cartaceo e, della possibilità di veicolare le proprie necessità con uno strumento come il giornale Italia Oggi, beh, ancora meglio.

www.realtyintourism.it, la nuova vetrina e riferimento delle attività turistiche.

+Energia al tuo Business

+Energia offre la fornitura di energia elettrica con proposte personalizzate e vantaggiose ad alberghi di piccole e grandi dimensioni.



Offerte personalizzate in base ai consumi ed alle esigenze del proprio business



Attivazione gratuita
Nessun versamento di deposito cauzionale
Nessun costo di gestione

Mail dedicata | servizioalberghi@piuenergiaelettrica.it

Richiedi una consulenza GRATUITA
Analizzeremo i vostri consumi, le vostre attuali fatture per offrire un prodotto che soddisfi completamente ogni vostra esigenza.



+ENERGIA S.p.A. www.piuenergiaelettrica.it

SEDE LEGALE/AMMINISTRATIVA
Foligno
Via Fedeli, 2/A - 06034 Foligno (PG)
Tel 0742 20813 - 0742 321596 -
0742 320233 / Fax 0742 320349

UFFICI COMMERCIALI
Milano Piazzale Aquileia, 22 - 20144 (MI)
Tel 02 48513744 / Fax 02 43988570
Roma Viale Giotto, 3/E - 00153 (RM)
Tel/Fax 06 64420193

Between a budget adjustment, nice weather and an amusement park

ANTONIO CANEVA

We parted before the holidays with gloomy thoughts, and we are resuming work now not exactly in a light-hearted spirit.

I spoke to a fiscal advisor, who explained to me he was not at all following the discussion of the budget adjustment, because it was so confusing and contradictory that it made no sense to try and assess the various proposals; it was better to wait for developments.

Nobody, unless a masochist, enjoys making sacrifices, but here we are even talking of sacrifices without any certainties, which makes it very difficult to accept them.

The envisaged adjustment seems to be disliked by everybody, and above all by the markets, as is shown by the disastrous stock exchange condition.

In an article titled "Manovra. Ecco perché il dl viene bocciato dai mercati" (The budget adjustment: why the law decree has been rejected by the markets) published in Società Libera's newsletter, Giuseppe Pennisi summarises the situation quite effectively, by stating, among other things, that "Before expressing any analytical judgement on the adjustment package just launched by the government and shortly to be examined by the Parliament, it would be necessary to know its provisions in detail. From a strictly economic viewpoint, however, and based on what has been disclosed so far, the package seems to be erratic; on the one hand, it hits fixed-income earners the hardest, if not exclusively, also because they are easier to tax. The adopted measures will be bound to cause protest as well as judicial claims (it is hard to envisage, for example, that civil servants' thirteenth month's salaries may be utilised as a performance bonus, and not as a basic salary component.)"

On the other hand, and this is what worries us most, not only are there no measures

that can contribute to development, but it can worsen the recessionary tendencies already appearing in a large number of the European economies, and above all in the Italian economy. This is what needs emphasising. In a study of the process performed in order to join the single currency, published in 1999, i.e. in "not suspicious" times, even the Bank of Italy had pointed out that any fiscal adjustment almost exclusively based on the revenues side would slow down the economy unless measures were introduced to spur productivity and competitiveness."

Things do not change when we move from the general to the particular. In Venice, a tourist tax has just been introduced, and a slogan has been coined which, more or less, thanks visitors for contributing to the protection of the lagoon city.

Let's rather say that they contribute to the welfare of the Venetian citizens, who see tourists taxed (and vexed) for entering churches (even if they are open for cult) and paying for public transport almost five times as much as residents, who, in addition, have exclusive access to certain water-bus rides. A study has shown that, if tourism failed, the social prospects of the Venice citizens would be similar to those of so many remote little villages of the Apennines; but this seems not to matter – what a nuisance the tourists who crowd the calles and turn the city into an amusement park! They forget that the poor-taste services of the amusement park are provided by the Venetians, who make their wealth out of them.

All right, the weather is holding fine, and this allows us to prolong the season; let's look at things optimistically, and roll up our sleeves: winter will be long and cold!

Translation of the italian editorial by Paola Praloran

Comunicazione privacy

Il responsabile del trattamento dei dati personali raccolti in banche dati di uso redazionale è l'editore a cui, presso la sede di via F. Carcano 4, 20149 Milano (tel. 02 43 98 04 32 fax 02 4802 51 54), gli interessati potranno rivolgersi per esercitare i diritti previsti ai sensi dell'art. 2 all. A Dlgs 196/2003



HOTEL AMIGO
BRUSSELS

ROCCO FORTE HOTELS

Prestigioso 5***** lusso, nel centro storico di Bruxelles ricerca per il suo affermato **Ristorante Bocconi**

- Commis di sala
- Chef de rang
- Maitre d'hôtel
- Hôtesse
- Commis di cucina
- Chef de partie
- Governante

Il candidato ideale è un giovane motivato, con un solido curriculum e alla ricerca di un'opportunità di crescita professionale in una catena leader.

Per tutte le posizioni si richiedono referenze e conoscenza della lingua francese. L'azienda è in grado di fornire alloggio.

Hotel Amigo
Att. n.è Martina Verplancke
Rue de l'Amigo 1
B-1000 Bruxelles (Belgio)
E-mail: mverplancke@roccofortehotels.com
www.roccofortehotels.com

BOCCONI



Princess Cruises is looking for the following professionals:

ASSISTANT FOOD & BEVERAGE MANAGER

Job Description:

- Assist the 1st Purser Food & Beverage (Food & Beverage Director) with the daily F&B administration and operation.
- In conjunction with the Storekeeper, provide analysis of bar stores consumption to assist the Food & Beverage Director with the ordering of supplies.
- In conjunction with the Food & Beverage Manager, compile a physical inventory routine for each location to verify levels of inventory at least once per cruise or more if required (e.g. crew bar daily or any bar where high variances are occurring).
- In conjunction with the Food & Beverage Manager, periodically hold spot checks or physical inventory in bars, bar stores, main storerooms and cellars.
- Maintain the Bar Master File, Bar Ingredient File and P.O.S. keyboard arrangements.
- Prepare daily revenue analysis by bar location for the Food & Beverage Manager and compare against previous results and against budgets set by the Corporate office.
- In charge of coordinating any special services with various departments onboard.
- Attend passenger cocktail parties as required.
- Other duties as assigned by the Food and Beverage Manager.

Job Requirements:

- Possess a diploma from a recognized European or USA Hotel Management School or University or equivalent, plus a minimum of three years experience as Bar Manager, Maitre d' Hotel or Chef de Cuisine in a shore operation with international clientele, or minimum of service of two years on board a 4/5-star ship in a compatible position.
- Ability to understand, analyze and interpret financial results.
- Completion of Advanced/Intermediate Food & Hygiene.
- Strong leadership (leading by example) and motivational skills.
- Needs to be very service and quality oriented ("attention to details").
- Ability to plan, execute, follow up and be positive to change in a very flexible working environment.
- Ability to innovate and foster creativity.
- PC knowledge of: MS Word and Excel.
- Effective planner and organizer
- Strong team building abilities.
- Strong command of the English language combined with good verbal and written skills.
- Good social skills.
- Ability to work under pressure.

Experience in quality establishments and good knowledge of English are essential.

EXECUTIVE CHEF

The Executive Chef is responsible for the day-to-day operation and quality of food preparation and presentation in the passenger Galley, crew Galley, buffets, and all other passenger/crew food preparation/distribution areas and as directed by the Food & Beverage Director.

Oversees and directs all Galley personnel working in the passenger Galley and the following ancillary areas:

1. Hot Galley
2. Garde Manger
3. Pastry Shop
4. Fruit & Cheese Pantry
5. Butcher Shop
6. Vegetable Preparation Area
7. Fish Preparation Area
8. Crew Galley
9. Coffee Pantry
10. Buffets
11. Bell Box Galley
12. Pizzeria

Additionally, through the Galley Area Supervisor who reports to the Executive Chef, the Executive Chef is also responsible for:

1. Dishwasher Areas
2. Pot Wash

The Executive Chef has the responsibility to liaise with the Food & Beverage Storekeeper concerning the preservation and utilization of provisions.

Supervises all the cooks in their food preparation for the various meal periods and special events (banquets, parties, etc.).

Works closely with the Maitre d'Hotel in regard to passengers' appreciation of food.

Works with the Food & Beverage Storekeeper and the Food & Beverage Director and/or Assistant to prepare

all food requisitions.

Inspects and evaluates the quality of the provisions received during loading, paying special attention to the quality of fresh fruits and vegetables.

Controls food consumption by monitoring production, waste and portion size.

Maintains the highest level of sanitation throughout all the areas supervised, as prescribed by USPSH and according to company's instructions.

Maintains safe working conditions in the Galley.

Experience in quality establishments and good knowledge of English are essential.

CHIEF PASTRY

Job Description:

- Ensures each Chef de Partie, Demi Chef de Partie and Commis understands his/her duty. This includes training on recipes, preparation and presentation of pastry products.

- Active participation in preparation duties which should be in balance with supervisory duties.

- Ensures that ample food supplies are ordered and received for the next day's preparation and that all goods are correctly stored and economically used.

- Ensures to follow standardized fleet pastry menu cycle, teatime and theme buffet set-ups.

- Ensures that all guest special requests are executed in a timely manner.

- Ensures that proper utilization of food leftovers is in place.

- Ensures that yield and portion control measurements are in place as per company standards.

- Supervises that waste control, low grocery breakage and garbage separation is in hand.

- Ensures to keep all equipment clean, orderly and well maintained; used as per manufacturer manual and with possible defects reported.

- Assists the training of Galley personnel on USPH requirements concerning food handling, storage, and proper cleaning and personal hygiene.

Job Requirements:

- Knowledge of cruise ship catering operation.

- Knowledge of food preparation, presentation and preservation.

- Basic knowledge of Public Health and Sanitation regulations and procedures.

- Formal degree in food management from a recognized international culinary institution.

- Proof of continuing education translated in certificates or letter of participation in specialized courses.

- Ability to train and motivate subordinates.

- Ability to innovate and foster creativity.

- Ability to organize and complete work in accordance to deadlines.

Experience in quality establishments and good knowledge of English are essential.

SOMMELIER

Mission: To support the overall Princess Cruises Beverage Program, with a specific emphasis on improving wine knowledge and sales techniques for all Beverage service employees. The sommelier will be considered a support function for wine/beverage training assisting in sales/revenue generation, monitoring beverage performance and being the spokesperson for the Princess Cruises Wine Program.

Time Utilization

Key Result Areas

1. Wine/ Beverage Training Programs 35%
2. Wine Sales Support Functions 30%
3. Wine/ Beverage Sales Analysis 15%
4. Wine Program Operations 10%
5. Wine Presentations 5%
6. Dining Services Support 3%
7. Miscellaneous 2%

Position Requirements

Education/Experience:

- Preferably a minimum certificate in Hotel/ Hospitality management or Sommelier. In lieu thereof a minimum of three years experience in a supervisory/management roll in an upscale restaurant/bar operation.
- Has held positions that required training skills.

Skills/Knowledge/Ability:

- Comprehensive knowledge of all bar and wine products offered onboard the vessel and their preparation and presentation.
- Strong training abilities.

- Promotes good inter-departmental relations whilst contributing to a professional and efficient departmental reputation through effective communication.

- Uses English as the language of communication in passenger and crew areas whilst on duty.

Interested candidates should send their cv to the address

recruitment@princesscruises.com

specifying the position they wish to apply for, and authorising the treatment of personal data pursuant to Law 196/03.



Caroli Hotels seleziona per la stagione 2012 per strutture ricettive in Italia Meridionale i seguenti collaboratori:

- maitre d'hotel
- chef de rang
- commis di sala-bar
- barman
- caporicevimento
- receptionist di piano
- receptionist di spiaggia
- addetto di segreteria
- segretaria front office
- traduttrice in lingua cinese, indiana, russa
- chef de cuisine
- chef rotisseur
- commis di cucina
- pasticciere
- pizzaiolo
- governante
- cameriera ai piani
- facchino
- addetta al miniclub
- giardiniere
- bagnino
- garzone di cucina
- responsabile degli impianti tecnologici
- guida turistica in bicicletta
- skipper
- comandante di caicco
- pianista
- pilota di sci nautico
- programmatore di vacanze per disabili
- animatore di contatto
- arbitro di burraco/bridge
- cabarettista
- illusionista
- coreografo
- dj international
- guardia ecologica
- pilota di idrovolante
- istruttore di sport acquatici
- autista
- guardiano
- web master
- operatore di call center per il centro prenotazioni
- maestro di golf
- allenatore di calcio
- istruttore di tennis
- esperto di pescaturismo
- responsabile del centro benessere
- massaggiatore
- estetista
- promoter di soggiorni alberghieri
- medico/infermiere
- guest relation manager
- addetta alla boutique
- responsabile del centro congressi
- hostess
- operatore tv e montaggio
- wedding planner
- organizzatore di eventi

Inviare la candidatura, preferibilmente con videocurriculum, al seguente indirizzo:

Caroli Hotels
 Selezione Risorse Umane
 Parco Costiero Penisola Salentina
 73030 SANTA MARIA DI LEUCA (Lecce)
 e-mail: risorseumane@attiliocaroli.it



Our Hotel Relations Department in Rome is looking for an

ACCOUNT MANAGER / HOTELS - Based in, Rome, Italy

www.hotel.de and www.hotel.info offers customers the choice of more than 210,000 hotels worldwide. Our cutting-edge product, strong customer focus and young, dynamic team of about 450 employees have established hotel.info as a specialist in online accommodation.

hotel.info is a subsidiary of the group hotel.de AG, one of the leading websites for free online hotel reservations. Firmly established in Germany, we are rapidly increasing our presence in Europe, with offices in London, Paris, Rome and Barcelona. We have also extended into Asia with new offices in Shanghai and Singapore.

Your tasks:

- Acquire new hotels and small hotel chains specifically for the Italian market
- Support and guidance of our partner hotels
- Analysis of customer needs and optimisation of marketing potential
- Remote and on-site trainings for hotel.info's own extranet "myRES"
- Checking that hotels follow the basic contract principles
- A medium for complaints and problems
- Representation of hotel.info through trade fairs, on-site meetings and other hotel events
- Statistics and analyses

Prerequisites:

- University degree in Tourism, or other comparatively apprenticeship
- At least 2 years experience in the hotel industry
- Established knowledge of the local hotel market
- Knowledge of systems used within the hotel industry (PMS, CRS, GDS)
- Practical knowledge of extranets
- Proficiency in Microsoft Office, CRM's and others
- Excellent internet skills
- Strong analytical skills
- Good communication, commercial and negotiation skills
- Ability to use your own initiative and manage priorities
- Capability of working in a team
- Native Italian speaker (other foreign languages are advantageous)
- Excellent English skills, both verbal and written

Our offer:

- A varied role where you are encouraged to use your own initiative to manage your activities
- Working in a well established company with room for career progression
- An international working environment
- Working within a creative and dynamic team
- Direct contact with international hotels

Contact:

Applications should be made in English by email to recruitment@hotel.info. Please include your salary expectations and the start date when you could commence employment.

Iris Lehrke
 Recruiting Manager
 hotel.info Italia S.r.l.

Via Boezio, 6
 00193 Rome, Italy
 Phone: +39 0632803425
 Fax: +39 0236049314



*L'eleganza di Outsourcing
 in un piccolo gesto*



Da molti anni lavoriamo a stretto contatto con gli Hotel più prestigiosi del Centro-Nord Italia offrendo sia personale qualificato, sia servizi efficienti.

- ✦ **Riordino Camere**
- ✦ **Facchinaggio**
- ✦ **Allestimento Congressi**
- ✦ **Plonge**

The First Outsourcing Srl - www.outsourcing.it
 Sede Milano Via L. Ariosto 28 - 20145 Milano
 Tel. 02 48197846 - Email: info@outsourcing.it
 Sede Roma Piazzale Flaminio 19 - 00189 Roma
 Tel. 06 3216648 - Email: roma@outsourcing.it
 Milano Roma Varese Genova Alessandria Torino
 Padova Venezia Ravenna

REALTY_{in} TOURISM

IN PARTNERSHIP CON



MAGGIORI APPROFONDIMENTI, NEWS, OUTLOOK DI SETTORE DAL MONDO DELL'IMMOBILIARE TURISTICO

www.realtyintourism.it

<http://www.realtyintourism.it/>

PIÙ CONTENUTI

PIÙ INFORMAZIONI

Grazie ad una partnership con Jones Lang LaSalle Hotels, la redazione di Job in Tourism è sempre più vicina alle esigenze d'informazione dei suoi lettori.

<http://www.realtyintourism.it/>

<http://www.realtyintourism.it/>

<http://www.realtyintourism.it/>

COMUNICATO

Si precisa che tutte le inserzioni relative a ricerche di personale debbono intendersi riferite a personale sia maschile sia femminile, essendo vietata ai sensi dell'art. 1 della legge 9/12/77 n.903, qualsiasi discriminazione fondata sul sesso per quanto riguarda l'accesso al lavoro, indipendentemente dalle modalità di assunzione. L'inserzionista è impegnato ad osservare tale legge.



Grand hotel via Veneto

5 stelle lusso

seleziona:

- * 1 Addetta/o al Front Office
- * 1 Addetta/o al Booking

Si richiedono specifica esperienza internazionale, conoscenza del mercato alberghiero 5 stelle lusso, fluenza di inglese e, eventualmente, altra lingua.

L'assunzione è prevista, al momento, a tempo determinato, secondo il c.c.n.l. del turismo "Federalberghi".

Inviare curriculum vitae in formato europeo (con foto) a personale@ghvv.it, indicando domicilio a Roma: astenersi chi non risponda ai requisiti richiesti od abbia già partecipato a precedenti selezioni



L'Hilton Florence Metropole ricerca un **Conference & Event manager**.

E' responsabile dell'operatività e del coordinamento delle attività del Centro Congressi, garantendo un alto livello di servizio. Ha una conoscenza perfetta del prodotto e conduce dettagliati inspection tour. Gestisce le trattative relative ad eventi e prenotazioni di gruppo, stende le offerte e redige i contratti oltre alla corrispondenza ordinaria con il cliente. Assicura che venga offerto un servizio personalizzato ed attento a tutti gli ospiti che usufruiscono dei servizi C&E. Concorda e pianifica tutti i dettagli dell'evento con sufficiente anticipo sulla realizzazione. Si assicura che le sale vengano allestite secondo i desideri del cliente, incluse le attrezzature tecniche. Assicura l'adempimento di tutte le richieste del cliente, in coordinamento con tutti i reparti coinvolti e la corretta pianificazione delle attività. Effettua regolari ispezioni delle sale in modo da assicurare le migliori condizioni degli spazi. Monitorizza il feedback ed il livello di soddisfazione del cliente ed interviene con azioni mirate ove necessario. Assiste gli organizzatori e i delegati durante l'evento e si adopera per la risoluzione dei possibili inconvenienti. Motiva e fa crescere il proprio team, traendo da ognuno il proprio meglio. Controlla la qualità e l'allestimento dell'F&B durante l'evento. E' responsabile del saldo dei pagamenti di tutti i servizi del Centro Congressi. Il candidato ideale ha maturato significativa esperienza su ruoli in compagnie alberghiere strutturate ed internazionali o in società di PCO. E' in possesso di un'ottima conoscenza della lingua inglese. Completano il profilo eccellenti doti relazionali, organizzative, negoziali e di gestione delle persone.

Candidature, esclusivamente via mail, in formato word e complete di autorizzazione al trattamento dati personali ex D.Lgs. 196/2003, a valentina.sostegni@hilton.com



Riapre in dicembre 2011 lo storico **GRAND HOTEL PRESOLANA & SPA**, 4 stelle superior del gruppo alberghiero "MythosHotels" situato in località Castione della Presolana-Bratto (BG). Si ricercano le seguenti figure professionali con significativa esperienza maturata in gruppi alberghieri o in strutture di pari categoria:

FRONT OFFICE MANAGER

dinamico, ottime doti di leadership, capacità organizzative e relazionali, forte attitudine commerciale. Ottima conoscenza di revenue management e politiche commerciali, sistemi di vendita on-line e GDS. Completano il profilo la buona conoscenza della lingua inglese e del sistema operativo Scrigno Pms/Gp Dati.

SHIFT LEADER - SEGRETARI DI RICEVIMENTO E TURNANTI - PORTIERI DI NOTTE

CONTROLLER AMMINISTRATIVO

la risorsa si occuperà di contabilità fornitori, gestione prima nota, principali scadenze fiscali, assunzioni/cessazioni. Si richiede buona conoscenza dei processi relativi al controllo amministrativo e del personale.

MAGAZZINIERE CON FUNZIONI DI ECONOMO

GOVERNANTE

la risorsa dovrà garantire un'alta qualità del servizio e delle dinamiche operative inerenti il reparto Piani e Manifestazioni.

FACCHINI / ADDETTI AI SERVIZI GENERALI DELL'ALBERGO

ADDETTO ALLA MANUTENZIONE

con esperienza nel settore elettrico, termoidraulico e generico.

RESPONSABILE F&B - 1° MAITRE - BARMAN

in possesso di buona conoscenza della lingua inglese, doti relazionali e di leadership, grande flessibilità. Costituirà titolo preferenziale la conoscenza del sistema gestionale di F&B EasyMeal/Gp Dati.

CHEF DE RANG - CAMERIERI SALA E BAR - ADDETTI BREAKFAST

CHEF DI CUCINA - SOUS CHEF

con pregressa esperienza, creatività e dinamismo nell'affrontare le problematiche, ottime capacità direttive nella conduzione del proprio staff.

CUOCHI CAPO PARTITA - AIUTO CUOCHI - PIZZAIOLI-LAVAPIATTI

Infine ricerchiamo

SPA MANAGER

e personale qualificato per il centro benessere

La ricerca è rivolta ad entrambi i sessi. Si prega inviare il proprio CV completo di foto specificando la posizione di interesse nell'oggetto ed inserendo l'autorizzazione al trattamento dei dati personali (D.Lgs.196/03) al seguente indirizzo e-mail: risorseumane@grandhotelpresolana.it

COMUNICATO

Modalità di pubblicazione di Job in Tourism

Job in Tourism viene pubblicato ogni due venerdì, e viene inviato in allegato al quotidiano ItaliaOggi agli abbonati di Job in Tourism;

- grazie all'organizzazione del gruppo Class i giornali arrivano agli abbonati il giorno medesimo della stampa;
- le inserzioni, oltre ad uscire regolarmente su *Job in Tourism* (ad eccezione delle domande, che già raggiungono tramite abbonamento gli interlocutori interessati), appaiono anche il sabato, in versione compatta, in una pagina dedicata su *ItaliaOggi*, distribuito in edicola e reperibile in tutta Italia;
- il sito Internet di *Job in Tourism* è stato collegato a quello di *TurismoOggi*.

PROBLEMI DI COMUNICAZIONE CON I TUOI CLIENTI? MAILUP TI PROPONE UN MENU DI SOLUZIONI A 5 STELLE.



- ★ Integrazione con il tuo sistema di prenotazione
- ★ Gestione messaggi automatici
- ★ Recapito sicuro dei messaggi, superando i filtri antispam
- ★ Gestione iscrizioni conforme alla Privacy
- ★ Liste e invii illimitati con un unico canone flat!



IL NUMERO 1 IN ITALIA PER EMAIL INVIATE

+39.02.71040485

commerciale@mailup.it

www.mailup.it

ItaliaOggi

Telefono 02/58219.1

Direttore ed editore:
Paolo Panerai (02-58219209)

Direttore: Pierluigi Magnaschi
(02-58219207)

Condirettore: Marino Longoni
(02-58219207)

Vicedirettore: Sabina Rodi
(02-58219339)

Stampa: Milano, Stem Editoriale Spa, Cernusco S/N (Milano), via Brescia 22 - Roma, Sebe Srl, 00156 Roma, via Carlo Pesenti 130 - Catania, Società Tipografica Siciliana Spa, 95030 Catania, Strada 5ª n. 35.

Ricezione e fotoproduzione: Milano, Stem Editoriale Spa, Cernusco S/N (Milano), via Brescia 22 - Roma, Eurografica Srl, 00156 Roma, via Carlo Pesenti 130 - Catania, Società Tipografica Siciliana Spa, 95030 Catania, Strada 5ª n. 35.

Distribuzione: Erinne srl - via Marco Burgozzo 5 - 20122 Milano, tel. 58219283.

ItaliaOggi - Registrazione del tribunale di Milano n. 602 del 31/7/91 - Direttore responsabile: Paolo Panerai.

JOB in TOURISM**Responsabile editoriale:**

Antonio Caneva

Presidente:

Antonio Caneva

Coordinatore redazionale:

Massimiliano Sartì

Redazione Amministrazione**e Pubblicità:**

Job in Tourism srl

via F. Carcano, 4 - 20149 Milano

Tel. 02/48519477 - 43980431

Fax 02/48025154

E-mail: info@jobintourism.net



Accertamento Diffusione Stampa
certificato n. 4309 del 23/11/2000

hotel.info
check & book**Our Corporate Sales Department in Rome is looking for an****ACCOUNT MANAGER / CORPORATE SALES** - Based in, Rome, Italy

www.hotel.de and www.hotel.info offers customers the choice of more than 210,000 hotels worldwide. Our cutting-edge product, strong customer focus and young, dynamic team of about 450 employees have established hotel.info as a specialist in online accommodation.

hotel.info is a subsidiary of the group hotel.de AG, one of the leading websites for free online hotel reservations. Firmly established in Germany, we are rapidly increasing our presence in Europe, with offices in London, Paris, Rome and Barcelona. We have also extended into Asia with new offices in Shanghai and Singapore.

Information about the job:

You will be responsible for the creation and development of new partnerships with medium sized companies.

As an Account Manager you will establish and manage business to business relationships with corporate travel managers within the targeted segment.

Furthermore, you will assist with trade partnerships, the identification of market trends and potential customers.

A variety of interesting sales tasks await you.

Your tasks:

- Research, identification and first contact with medium-sized companies having a high potential for business travel
- Meetings, contracting and after-sales support to these companies
- To obtain maximum business from the existing accounts assigned
- Participation at trade fairs
- Manage daily and weekly reports

Prerequisites:

- Minimum one year of proven successful B2B sales experience
- Hotel industry and/or travel agency experience
- Strong analytical skills
- Knowledge of global online distribution systems
- Proficiency in Microsoft Office and CRM's
- Excellent internet skills
- Creative, persistent, commercially focussed, sales and results driven
- Excellent communication and negotiation skills
- Fast comprehension of tasks and focus on target-oriented working processes
- Ability to use your own initiative and manage priorities
- Strong assertive personality, but with the marked capability of working in a team
- Native Italian speaker (other foreign languages are advantageous)
- Excellent English skills, both verbal and written

Our offer:

- A varied role where you are encouraged to use your own initiative to manage your activities
- Working in a well established company with room for career progression
- An international working environment
- Working within a creative and dynamic team

Contact:

Applications should be made in English by email to recruitment@hotel.info. Please include your salary expectations and the start date when you could commence employment.

Virginia De Salvo
Office Manager
hotel.info Italia S.r.l.

Via Boezio, 6
00193 Rome, Italy
Phone: +39 0632803425 Fax: +39 0236049314



Cerchiamo persone motivate per la posizione di

CUOCO CAPO PARTITA

qualità richieste:

- esperienza lavorativa
- orientamento al lavoro di squadra
- flessibilità

i candidati (ambosessi) sono pregati di inviare c.v. con foto comprensivi di autorizzazione al trattamento dei dati personali (D. Lgs 196/2003) al seguente indirizzo:

pers@sheratonpadova.it

**Grand hotel via Veneto**

5 stelle lusso

seleziona:

1 ESTETISTA/MASSOTERAPISTA con specifica esperienza e alta qualificazione professionale. Si richiedono conoscenza del settore SPA, conoscenza adeguata di inglese e, eventualmente, altra lingua.

L'assunzione è prevista, al momento, a tempo determinato, secondo il c.c.n.l. del turismo "Federalberghi".

Inviare il curriculum vitae in formato europeo (con foto) a: personale@ghvv.it unitamente a copia dell'attestato professionale della Regione Lazio (o equipollenti); indicare referenze; astenersi chi sia privo di requisiti e di domicilio a Roma.

RICERCA PERSONALE
nella seguente posizione:**SEGRETARIO/A RICEVIMENTO**

Prerequisiti:

- Pregressa esperienza presso Hotel 4 Stelle
- Buona conoscenza della lingua inglese e tedesca (parlata e scritta)
- Doti organizzative e relazionali
- Forte orientamento alle vendite e al cliente
- Gradita la conoscenza di Hotel 2000

Inviare CV con foto e autorizzazione al trattamento dei dati personali via email o fax:

HOTEL VILLE MONTEFIORI

Fax: 0365 21488

Email: info@hotelvillemontefiori.it - www.hotelvillemontefiori.it**JOB in TOURISM**

SOSTIENE

**Per la costruzione di un alloggio nel TCV di Dharamsala, India**

Può aderire ai progetti della Fondazione chiunque desideri unirsi a noi per il perseguimento dei nostri obiettivi, decidendo di donare un po' della sua acqua e della sua luce per rinverdire la nostra giovane pianta. Qualsiasi contributo, anche piccolissimo, può aiutare a crescere il nostro germoglio.

I progetti meritano tutto!

C/C PER LA VOSTRA DONAZIONE:

IBAN: IT 46 108010 58340 000300020001

SWIFT-BIC: RZSBIT21008

COSTA FAMILY FOUNDATION O.N.L.U.S. - Tel. +39 0471 831000 - Fax. +39 0471 836568
www.costafoundation.org - E-mail: info@costafoundation.org

CONVITTO FEMMINILE
PROGETTO Nr. 07 del valore di € 125.130,00**Costruzione di un alloggio nel TCV di Dharamsala, India.****Gennaio 2011****Beneficiario: TCV**

TCV

I Tibetan Children's Villages (TCV) fondati in India il 17 Maggio 1960 a seguito dell'occupazione cinese del Tibet sono un'organizzazione caritatevole dove bambini tibetani profughi, vivono in armonia e sicurezza.

La missione dei TCV è di assicurare a tutti i bambini tibetani educazione e l'acquisizione di un'identità culturale, di modo che diventino membri autonomi della comunità tibetana e del mondo.

Ad oggi, il TCV è diventato il più grande corpo autonomo della comunità tibetana. Le diverse scuole TCV sparse in tutta l'India (19 scuole) sono maturate in scuole altamente valide e riconosciute. In diversi significativi modi i TCV hanno scandito il tempo e il ritmo dell'ambizione all'educazione tibetana per i tibetani in esilio. www.tcv.org.in

Abbiamo l'esigenza di costruire un grande ampliamento vicino all'alloggio delle ragazze profughe tibetane nel villaggio TCV di Dharamsala, per poter accogliere le ragazze più grandi. Ora che il sistema di esame e valutazione della commissione centrale di istruzione secondaria del governo indiano da questo anno è stato cambiato, ci saranno nelle scuole, più studenti che beneficiano di due livelli in più (secondaria alta - classi XI e XII, 16 e 17 anni). L'attuale convitto delle ragazze è già troppo congestionato e l'estensione è molto necessaria. Il progetto è quello di far cadere la confinante casa nr.29, (dove vivevano 30 bambini dai 6 ai 14 anni, ora trasferiti in altre abitazioni del villaggio) e costruire una struttura a 3 piani facendo un collegamento-passaggio alla porta accanto dell'alloggio che ospita le ragazze esistenti.

Il budget per questo progetto è di Rs. 7.507.950 / - (Euro 125.000,00) circa. Il costo è molto più alto di una ricostruzione di una casa.

La raccolta fondi inizia.

Beneficiario: TCV

