



HÔTELLERIE
Il lusso non ha
una sola anima
pagina 3



WORLD
La vera essenza
delle Maldive
pagina 8



RISORSE UMANE
Trattenere i
talenti migliori
pagina 9

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

DIRETTORE HOTEL

50enne, con esperienze in strutture 4 e 5 stelle. Sviluppo commerciale, gestione delle risorse umane, controllo di gestione.

Disponibile per impiego o consulenza a progetto.

Contatti:

laurenzana@libero.it

Telefono cell:

340 2845952



Ricerca per le strutture alberghiere in Milano

1 ADDETTO COMMERCIALE
1 PORTIERE TURNANTE

Il candidato ideale ha maturato esperienze nel ruolo presso hotel 4 stelle di almeno 2 anni. Richiesta disponibilità e flessibilità di orario.

Inviare curriculum vitae a:

segreteria.montebianco@mokinba.it



TERME E GRANDI ALBERGHI SIRMIONE S.p.A., apprezzato ed importante gruppo operante nel settore termale, alberghiero e benessere,

seleziona

CAPO BARMAN

Il nostro candidato ideale sarà in possesso delle seguenti caratteristiche: formazione superiore di tipo alberghiera, comprovata esperienza maturata in strutture 4-5 stelle nazionali e internazionali, buona conoscenza delle lingue tedesco e inglese - gradita una terza lingua; competenze informatiche e conoscenza Micros.

Dimostrerà di avere ottime capacità relazionali, organizzative e di gestione di un team.

Avrà solide competenze in tecnica di servizio e di vendita, merceologia, preparazione cocktails, enologia e una corretta conoscenza delle normative e delle regole fondamentali in materia di igiene e sicurezza (normativa Haccp).

BARMAN, COMMIS DI BAR

Si richiede il possesso di diploma alberghiero e precedenti esperienze nel ruolo in Hotel/Ristoranti di lusso/catene internazionali. E' indispensabile una buona conoscenza lingua Inglese - gradita seconda lingua.

Si richiedono inoltre propensione per il lavoro in team, competenze informatiche e conoscenza Micros. Completa il profilo la conoscenza normativa Haccp

Per le figure di commis ci rivolgiamo anche a giovani motivati a crescere in un ambiente dinamico e professionale, preferibilmente in possesso di diploma di scuola alberghiera.

NIGHT AUDITOR

E' richiesta una comprovata esperienza in posizioni analoghe maturata in Hotel di lusso, catene internazionali o strutture modernamente organizzate. Buona conoscenza della lingua inglese e preferibilmente anche della lingua tedesca. Il candidato ideale conosce e utilizza i principali sistemi informatici e i gestionali di prenotazione alberghiera (Opera). Si richiede predisposizione a lavorare in autonomia.

Costituirà titolo preferenziale residenza in zone limitrofe a Sirmione o la disponibilità a trasferirsi.

PERSONALE SPECIALIZZATO PER CENTRO BENESSERE TERMAL E SPA: MASSOFISIOTERAPISTI, ESTETISTE, MASSAGGIATORI SHIATSU/AYURVEDA

Ci rivolgiamo a candidati che abbiano maturato 2-4 anni di esperienza presso hotels, centri benessere, spa o saloni di bellezza, presenti sul territorio nazionale o internazionale.

Desideriamo incontrare candidati in possesso di ottime doti relazionali, capacità nella vendita, buona conoscenza dell'inglese e/o del tedesco, flessibilità di orario e disponibilità a lavorare anche nei giorni festivi.

E' indispensabile la residenza, o la disponibilità a trasferirsi in zone limitrofe a Sirmione.

Per la nostra sede legale, **ricerchiamo:**

ADDETTO SICUREZZA

E' richiesto Diploma di Laurea. L'Addetto Sicurezza opera in funzione del mantenimento per l'Azienda della Certificazione BS OHSAS18001. Garantisce l'applicazione ed il rispetto delle normative vigenti in materia di salute e sicurezza del lavoro da parte di tutti gli organismi aziendali, gestisce i rapporti con gli enti esterni, pianifica e definisce procedure di Audit e controlli sulla sicurezza. Il candidato ideale ha maturato un'esperienza di almeno un anno nel ruolo. Possiede competenze e conoscenze relative alla normativa nel campo della sicurezza, ai fattori di rischio e alle misure di prevenzione e protezione presenti negli specifici luoghi di lavoro. Si richiede buona padronanza dei sistemi applicativi di Microsoft Office. Richiesta buona conoscenza della lingua inglese. Completano il profilo buone doti relazionali, comunicative e capacità organizzative.

Ogni anno accogliamo numerosi **stagisti, ricercatori e borsisti** per supportare le numerose attività di progetti, ricerca e sviluppo in tutte le nostre aree aziendali.

La ricerca è rivolta ad ambo i sessi. Gli interessati potranno inviare il curriculum vitae, corredato di autorizzazione al trattamento dei dati personali ex Dlgs 196/2003, via fax o email, a:

TERME E GRANDI ALBERGHI SIRMIONE S.p.A.

Fax: 030.916192

selezione@termedisirmione.com www.termedisirmione.com

Romeo Napoli



Varie figure

pagina 15

APULIACOLLECTION Brindisi



Varie figure

pagina 16

Princess Cruises



Varie figure

pagina 11

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



EVENT MANAGER

esperta nella gestione di eventi congressuali, con forti competenze commerciali e marketing, parla correttamente 4 lingue, valuta offerte in Italia ed all'Estero in particolare su Roma, Milano o Firenze.

Per contatti

event.commerciale@libero.it

RELAIS VILLA D'AMELIA

Prestigioso hotel nel cuore delle Langhe nei pressi di Alba (CN)
seleziona le seguenti figure professionali:

- ADDETTI/E RICEVIMENTO
- PORTIERE NOTTURNO

Richieste precedenti esperienze stesse mansioni in strutture di pari livello, buona conoscenza lingua inglese e/o tedesco

Età max 35 anni e conoscenza di Opera PMS costituiranno titoli preferenziali per entrambi le figure

Inviare e-mail allegando c.v. con foto a: **info@villadamelia.com**

DIRETTORE D'ALBERGO

Esperienza internazionale con catene alberghiere di grande prestigio. Background F&B, ottima conoscenza di lingue straniere Francese e Inglese, abilità di gestire grandi numeri anche in situazioni complesse, ottimi rapporti interpersonali e capacità di gestione di risorse umane.

Disponibile subito per incontri conoscitivi e presa visione di eventuali proposte di collaborazione anche per contratti a termine.

E-Mail: ptr.lgh@gmail.com -

Cell. 366 8798662

Albergo 4 stelle località turistica Nord Sardegna

ricerca per La stagione estiva 2011 (Maggio - Settembre)

CUOCO CAPO PARTITA (minimo 3 anni esperienza)

ADDETTO AL RICEVIMENTO/ NIGHT AUDITOR (ottima conoscenza inglese e tedesco)

I candidati devono avere avuto precedenti esperienze in alberghi 4/5 stelle in Sardegna.

Se interessati inviare il curriculum con foto all'indirizzo mail **albergo.corallo@tiscali.it**



PEDERSOLI
evoluzione



info@pedersoli.com

EDITORIALE

Come un taglio nel muro

DI EMILIO DE RISI

Un bravo imprenditore è chi riesce a gestire la propria azienda con oculatazza creando profitto. Un brillante imprenditore è colui che riesce a vedere più lontano degli altri. Al pari, un bravo albergatore gestisce il proprio hotel procurando soddisfazione agli ospiti e garantendo utile. Un albergatore lungimirante è chi riesce a scorgere un dettaglio e a puntare su questo.

Adesso voglio raccontarvi una breve storia sugli hotel, la bellezza e il marketing. Alcuni giorni fa ho visitato il museo del Novecento di Milano. Verso la fine del giro, salendo su una scala mobile che porta al penultimo piano del palazzo, si è sopraffatti da un'emozione. Forte come un taglio. Forte come la bellezza di un soffitto mozzafiato realizzato da **Lucio Fontana**.

È qui che inizia la nostra storia e la mia riflessione sugli alberghi. Nel 1956 Fontana realizzò, nella sala da pranzo del ristorante dell'hotel del Golfo di Procchio, sull'isola d'Elba, un'opera incredibile. Con il suo stile inconfondibile operò una serie di tagli sull'intonaco grezzo del soffitto. Incisioni che vennero colorate dall'artista creando uno spettacolo di 150 metri quadrati. Nel 2000, a causa del restauro dell'albergo, questa opera ha rischiato di essere persa per sempre. Ascoltavo incredulo il racconto della guida che spiegava come i proprietari dell'albergo non sapessero cosa fare di questo soffitto. Erano disposti a cederlo purché qualcuno li privasse di quei blocchi che non potevano essere cancellati con un colpo di spugna. L'opera, grazie alla fondazione Fontana e alla soprintendenza di Brera, fu acquistata e restaurata. Adesso chiunque visiti il museo del Novecento la può ammirare.

Sono certo che restaurare il soffitto di Fontana sia stata un'operazione titanica e costosa. Scoraggiante anche per un albergatore mecenate. Però mi chiedo: quale valore aggiunto può rappresentare per un albergo avere come soffitto del proprio ristorante un capolavoro? Inestimabile. Anche in una location che vive di turismo stagionale e non facilmente raggiungibile.

Se gestito efficacemente, cosa può significare in termini di comunicazione, di prodotto, di dialogo con i propri clienti? La differenza tra essere un hotel normale e un hotel speciale. Lo so, i costi sono tanti. Ma conservare nell'hotel il soffitto sarebbe stato solo mecenatismo? Forse smuovendo interesse nei cittadini dell'isola, nella regione, nel mondo, l'hotel avrebbe avuto l'aiuto per conservare la bellezza assoluta nel suo ristorante. In termini molto più commerciali avrebbe ora una formidabile arma di marketing. Forse, ogni tanto, tutti dovremmo provare a essere un po' speciali.

Il nuovo progetto tipichotels.com rimette l'albergo al centro del prodotto turistico

Focus sull'accoglienza

La selezione si basa sulla qualità dell'ospitalità

DI MARCO BEAQUA

WWW.TIPICHOTELS.IT

Territorio, accoglienza e ospitalità: tre concept tradizionali per un'operazione di commercializzazione dell'offerta ricettiva al passo coi tempi dell'era 2.0. **Antonio Laterza**, responsabile commerciale del tour operator romano Clodio Viaggi, spiega così la filosofia alla base del nuovo progetto tipichotels.it: un portale di prenotazioni alberghiere pensato per raccogliere al proprio interno le strutture che più si riconoscono nell'idea di tipicità italiana. «La vera forza dell'offerta turistica del nostro paese», racconta Laterza, «si basa da sempre su fattori inimitabili come la ricchezza paesaggistica, culturale ed enogastronomica del territorio e il calore, la cortesia, la professionalità

della nostra accoglienza. Con questo portale noi intendiamo rifocalizzare il prodotto turistico proprio su questi elementi, aiutando l'internauta a orientarsi in un'offerta che spesso, sul web, è declinata in migliaia di proposte anonime e poco comprensibili. L'idea è quella di tornare a mettere nuovamente gli alberghi al centro del prodotto turistico, con la loro qualità del servizio e la loro capacità di fare da tramite tra il viaggiatore e le attrazioni della destinazione in cui si trovano».

Nato da pochi mesi, il sito già raccoglie al proprio interno un centinaio di strutture, distribuite sull'intero territorio nazionale e raccolte nelle linee mare, montagna, agriturismo, città d'arte, benessere e campagna. «Lo abbiamo realizzato in collaborazione con la web agency KosmoSol di Soragna, in provincia di Parma, che ci

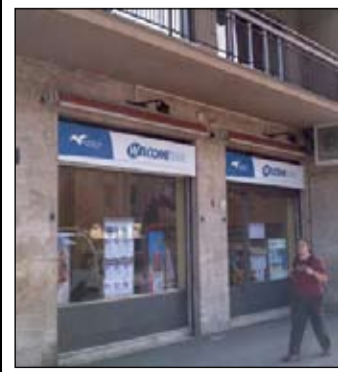


Costa acquista il 50% di Welcome Travel dal gruppo Alpitour

Proseguono le grandi manovre nel mondo della distribuzione e dell'intermediazione turistica europea. Dopo il passaggio di mano di Opodo, da Amadeus ai fondi di private equity Permira e Axa, già proprietari di Go Voyages e di eDreams, anche la rete Welcome Travel è stata, infatti, recentemente oggetto di un accordo dalle interessanti prospettive future: Costa Crociere ha deciso di entrare nel capitale del network agenziale, prima completamente controllato da Alpitour, con



una quota del 50%. L'accordo, soggetto alle normali approvazioni regolamentari, mira a sviluppare e a espandere ulteriormente la rete Welcome Travel. «Siamo estremamente soddisfatti di entrare, per la prima volta, nel mondo della distribuzione italiana», è stato il commento del presidente e amministratore delegato di Costa, **Pier Luigi Foschi**. Il nuovo consiglio di amministrazione di Welcome Travel rifletterà la rinnovata composizione societaria: al confermato amministratore delegato **Gian Paolo Vairo**, già alla guida del network, si affianca infatti ora la presidenza del direttore generale Costa Crociere, **Gianni Onorato**.



Ritratto di Clodio Viaggi

Giovane tour operator romano, presente sul mercato dal 2005, Clodio Viaggi nasce dalla passione e dall'esperienza dei suoi fondatori ed è da sempre specializzato nel settore incoming, con particolare riguardo al cineturismo. Oltre a tipichotels.it, il tour operator prevede, in futuro, di sviluppare ulteriori iniziative on-line, tra cui un interessante progetto dedicato a un nuovo segmento come il social shopping turistico. Antonio Laterza, attualmente responsabile commerciale e sviluppo progetti di Clodio Viaggi, vanta studi in discipline turistiche e significative esperienze nel campo turistico e della mobilità, durante le quali ha maturato personali contatti con le maggiori associazioni di categoria dello stesso settore turistico-alberghiero.



ha aiutato a mettere on-line un prodotto perfettamente in linea con le nostre esigenze», riprende Laterza. «Volevamo, in particolare, che il sito lasciasse agli hotel affiliati il più ampio ventaglio di personalizzazioni possibili: il risultato finale è così un portale che, per esempio, permette alle strutture di inserire nella propria scheda persino i nomi del personale di front office, in modo da garantire un

approccio umano e caloroso fin dal primo contatto on-line con il potenziale cliente». Ma tipichotels.it consente agli albergatori partner di pubblicare anche tutti i contenuti utili in tema di attrazioni, eventi e attività sul territorio, così come le informazioni sui piatti tipici presenti nei menu della propria offerta enogastronomica. Nella sezione booking, infine, oltre al classico motore di prenotazione c'è anche l'opportunità di evidenziare i pacchetti speciali.

«Affiliarsi, poi, è veramente semplice», prosegue Laterza. «Basta semplicemente contattarci. L'iscrizione è completamente gratuita e dura un anno senza rinnovo automatico: noi lavoriamo esclusivamente sulle commissioni garantite dalle prenotazioni effettivamente generate dal nostro sito. Certo, ci riserviamo sempre la possibilità di operare una selezione che consenta al database di

tipichotels.it di contenere solo proposte di qualità a prezzi corretti: strutture, in altre parole, in cui turismo sia sinonimo di accoglienza».

E a tal fine non contano tanto le stelle quanto il livello di ospitalità effettivamente offerto, indipendentemente dalla classificazione ufficiale di ogni singola struttura. «La qualità del servizio», conclude Laterza, «è l'unica variabile discriminante per rendere affidabile il brand tipichotels.it agli occhi dei viaggiatori. Per questo motivo, noi ci premuriamo sempre di controllare le strutture che ci

contattano: guardiamo il loro sito, parliamo direttamente con i gestori e soprattutto analizziamo i feedback degli ospiti. Dopo un certo numero di valutazioni negative, e non parlo naturalmente di questioni legate a banalità come una lampadina bruciata in camera, ci riserviamo così il diritto di escludere gli hotel non adeguati». Niente recensioni on-line, però, almeno per il momento, «perché il tema dei giudizi sul web è molto delicato. Stiamo pensando a un sistema che garantisca gli albergatori dalle false valutazioni on-line. Nel frattempo raccogliamo le opinioni dei clienti tramite invii di mail mirate e telefonate dirette a chi ha prenotato un soggiorno dal nostro portale».



SONDAGGIO DI JOB IN TOURISM

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

Il quesito era il seguente:

Le imprese (e quindi anche quelle turistiche) devono far fronte a un numero sempre maggiore di adempimenti. Da ultimo quello della rilevazione dello stress in azienda. Ritenete che:

- | | |
|---|-----|
| 1) Anche questa sia una necessità: | 48% |
| 2) Sia un'attività utile solo nelle grandi aziende: | 17% |
| 3) Sia l'ennesima inutile trovata, che si trasformerà solo in costi aggiuntivi: | 35% |

Commento: riteniamo che, al di là delle sofisticazioni di alcune rilevazioni, sarebbe utile uniformare, in tutte le aziende e in tutte le aree geografiche, i comportamenti relativi ai vari adempimenti di legge