



ALTO ADIGE
Varie Figure
a pagina 18



VAL D'ORCIA
Varie Figure
a pagina 22



LAGO DI GARDA
Varie Figure
a pagina 23

JOB in TOURISM

Via Giuseppe Mussi, 4 - 20154 Milano
Tel. 02 48519477 - 02 43980431
e-mail: info@jobintourism.net
www.jobintourism.it

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



Dati, tecnologie, idee: il turismo alla prova della verità

a pagina 2

■ TRAVEL INDUSTRY

*La crescita, i driver,
le abitudini dei viaggiatori*

a pagina 5

■ RECRUITING

*TFP Summit,
prossima fermata: Napoli*

a pagina 7

■ TECNOLOGIA

*Ospitalità e AI: prepararsi
a un futuro che è già qui*

a pagina 12



PEDERSOLI
evoluzione



info@pedersoli.com



Turismo in cerca di verità

Dalla fiera di Rimini, suggestioni, idee, punti di vista su un settore chiamato alla sfida più difficile: tenere insieme la complessità

■ di SILVIA DE BERNARDIN

I dati, che raccontano dei flussi turistici e dello stato di salute delle aziende e di cui si nutre l'intelligenza artificiale. Il racconto che di sé fanno destinazioni e strutture ricettive. La ricerca da parte dei viaggiatori di esperienze che siano autenticamente radicate nei territori. La scorsa settimana il mondo del turismo italiano si è dato appuntamento, come ogni ottobre, a Rimini per la principale fiera b2b del settore, TTG Travel Experience. Lo ha fatto, quest'anno, decidendo di ragionare intorno a una parola dalle suggestioni filosofiche ma che, a ben guardare, comporta implicazioni molto concrete: "veritas". La "verità" dei numeri, appunto, ma anche dello storytelling, delle recensioni, dei prodotti turistici e, ancora, dell'inquadratura delle grandi questioni che interessano oggi il settore, come la gestione dell'overtourism, l'adattamento climatico, la sostenibilità dei viaggi e degli eventi. Un tema che, declinato nelle diverse accezioni, ci è sembrato particolarmente azzeccato per i tempi – confusi – che stiamo vivendo.

Non a caso la ricerca "Travel&Hospitality Vision", che in fiera ha illustrato i mega trend di consumo del prodotto turistico per il biennio a venire, aveva come titolo "Antipodes". Siamo immersi in una realtà "in cui tutto è vero, ma è anche vero il contrario – ha spiegato la responsabile dello studio, **Laura Ralle** –. Ciò ci dice che dobbiamo prepararci a un immaginario collettivo fatto di affermazioni e contro affermazioni". E, in effetti, è già così.

Lo stiamo vedendo, ad esempio, intorno a un tema centrale per il futuro del turismo, non solo italiano: l'overtourism. In fiera se ne è parlato moltissimo, nella maggior parte dei casi con toni critici e difensivi – quasi che il dire che "i turisti sono troppi" finisca per fare un danno invece che rappresentare un'occasione di riflessione. "Forse un giorno smetteremo di usare questa parola così generica e soprattutto negativa – ha dichiarato alla stampa di settore la stessa presidente dell'Enit, **Alessandra Priante** –. Non abbiamo avuto overtourism in Italia quest'estate. Anzi, a forza di parlarne alcune mete hanno addirittura perso turisti a favore di Spagna e Grecia. Quindi, iniziamo a pensare che sta tutto nella gestione, nei buoni dati e nella capacità di la-

vorare insieme”. La gestione e i buoni dati, appunto: ma in mano a chi la prima e con quale contezza di elaborazione i secondi? Perché la questione non è tanto l'eccesso numerico dei turisti, ma le trasformazioni in atto nel territorio a livello profondo, ha spiegato molto bene in un panel dedicato all'autenticità dei territori e delle esperienze turistiche **Mariapina Trunfio**, Professoressa di Turismo e Business Management dell'Università Parthenope di Napoli. “Abbiamo una visione distorta di cosa sia l'overtourism, che – ha sottolineato – è un processo silente molto più complesso dell'overcrowding, il sovraffollamento, e ha a che fare con il mindset delle destinazioni a livello spaziale, socio-culturale, economico”. Un mindset che necessita, dunque, di essere ripensato a più livelli, se si vuole davvero affrontare il fenomeno, e rispetto al quale i tentativi di gestione numerica dei flussi attuati finora, con esperienze come il ticket d'ingresso a Venezia, da soli non possono bastare, hanno concordato gli esperti.

Anche perché spesso della “verità” di quei numeri non c'è certezza: imparare a maneggiarli perché rimandino un'immagine il più possibile vicina alla realtà – pur sapendo che la loro elaborazione è cosa umana e quindi suscettibile di bias ed errori – non è più demandabile, si è detto a Rimini. Di dati e numeri, d'altra parte, si nutre l'intelligenza artificiale generativa, che sta cambiando volto al settore e che è stato ciò di cui più si è ragionato come strumento imprescindibile tanto sul piano operativo che strategico. Tuttavia, come vedremo con esempi applicati all'hospitality nell'approfondimento a pagina 12, i suoi output possono essere di qualità e utili tanto agli operatori quanto ai viaggiatori solamente se le informazioni di partenza sono “buone”. E non sempre è così.

In generale, la consapevolezza emersa tra i padiglioni della fiera è che ci si muova in un orizzonte interconnesso e particolarmente complesso, soprattutto se si prova a usare la “veritas” come faro. “Discover the complexity” recita, infatti, un altro dei mega trend del futuro. Ovvero, attenzione alla complessità e alla sua valorizzazione, anche nella fruizione dell'esperienza turistica.

Se ne è riflettuto a proposito di spazi: nel mondo alberghiero, per esempio, la progettazione risulta oggi sempre più articolata nel tentativo di tenere insieme variabili, anche sensoriali, diverse: colori, suoni, odori. E di incrociare l'esperienza di soggiorno con quella di chi in hotel ci lavora. Ecco perché una delle nuove frontiere sulla quale operatori e architetti si sono confrontati è il neurodesign, “una disciplina che stiamo iniziando a codificare ora e che ci permette di indagare cosa può migliorare un progetto architettonico o un prodotto a partire da quelle che sono le reazioni del nostro cervello a determinati stimoli”, ha raccontato **Luca Vivanti**, esperto di neuromarketing e neurodesign e docente ai Politecnici di Milano e Torino. Le prospettive che il neurodesign apre sono molteplici, in considerazione di quella che è l'estrema complessità del cervello umano e del suo funzionamento in larga parte irrazionale, ma le cui reazioni possono oggi essere testate in laboratorio permettendo di correggere il progetto di un hotel come di un prodotto esperienziale assicurando che l'investimento che si sta facendo sia “sicuro”, capace di garantire cioè la migliore esperienza possibile rispetto agli obiettivi che ci si è dati.

Di progettazione si è parlato a lungo anche rispetto all'importanza sempre maggiore del benessere: l'elemento acqua, nelle piscine e nelle SPA, e il contatto diretto con la natura ne sono i pilastri. Ecco, allora, le installazioni presentate in fiera con il titolo “Rooms. Giardino interiore”: quattro innovativi spazi che hanno esplorato diverse ospitalità del futuro polisensoriali,

”

Abbiamo una visione distorta di cosa sia l'overtourism, che è un processo silente molto più complesso dell'overcrowding e ha a che fare con il mindset delle destinazioni a livello spaziale, socio-culturale, economico

Durante la fiera di Rimini si è discusso molto di overtourism, soprattutto rispetto all'impiego dell'AI per la gestione predittiva dei flussi turistici. Un contributo che, tuttavia, da solo non può bastare ad affrontare il fenomeno, hanno concordato gli esperti



La progettazione degli spazi ricettivi è stato uno dei focus della manifestazione, che ha sottolineato l'importanza sempre maggiore del tema del benessere: l'elemento acqua, nelle piscine e nelle SPA, e il contatto diretto con la natura ne sono oggi i pilastri



all'incrocio tra natura, tecnologia e design. Al loro interno, per esempio, si riposa coccolati dal ronzio bianco delle api o dalla melodia che producono le piante attraverso dispositivi in grado di percepirne le vibrazioni e trasformarle in suoni.

Questa proposta richiama un altro dei mega trend che, hanno spiegato gli esperti a Rimini, plasmerà l'esperienza turistica: "Deep me", ovvero l'apertura di uno spazio di profondità interiore, che renderà sempre più frequenti i viaggi in solitaria: è la necessità diffusa di un appuntamento con se stessi di cui gli operatori dovranno iniziare a tenere conto nella propria programmazione.

E in tutto questo, come si colloca chi nel turismo ci lavora? Durante la fiera sono arrivati i dati di Federalberghi, elaborati a partire dall'archivio dei lavoratori dipendenti dell'INPS in collaborazione con l'Ente Bilaterale Nazionale per il Turismo, che evidenziano come lo scorso anno l'ospitalità abbia impiegato un numero di dipendenti "record", mai raggiunto prima (in media 224.026, con un massimo di 313.506 nel mese di luglio): una crescita che – ha sottolineato il presidente **Bernabò Bocca** – interessa soprattutto le fasce solitamente più penalizzate nel mercato del lavoro: stranieri, stagionali, giovani, donne. Una buona notizia, certamente, che conferma ciò che raccontano le aziende dell'ospitalità: la macchina si è rimessa in moto superando, almeno in parte, lo shock della pandemia, anche se sono molte le criticità che permangono ([come abbiamo raccontato nel dettaglio anche nel numero scorso del giornale](#)).

Ancora una volta, dunque, bianco e nero che coesistono, e una complessità da tenere insieme che rappresenta la sfida vera che il turismo ha davanti per il prossimo futuro.

”

Durante la fiera sono arrivati i dati di Federalberghi che evidenziano come lo scorso anno l'ospitalità abbia impiegato un numero di dipendenti "record", mai raggiunto prima (in media 224.026, con un massimo di 313.506 nel mese di luglio): una crescita che interessa soprattutto le fasce solitamente più penalizzate nel mercato del lavoro: stranieri, stagionali, giovani e donne

Job in TOURISM

www.jobintourism.it

Direttore editoriale:

Antonio Caneva

Direttore responsabile:

Fabrizio Garavaglia

Coordinatrice redazionale:

Silvia De Bernardin
redazione@jobintourismeditore.it

Presidente:

Antonio Caneva

Amministrazione Pubblicità e Inserzioni:

Job in Tourism srl
Via Mussi, 4 - 20154 Milano
Tel. 02/48519477 - 43980431
Fax 02/48025154
E-mail: info@jobintourism.net



ASSOCIATO ALL'UNIONE
STAMPA PERIODICA ITALIANA

Registrazione presso il tribunale di Milano, numero 213 del 23/03/1998.

Si precisa che i dati relativi ai destinatari della presente rivista vengono gestiti e trattati ai sensi dell'Art. 13 del Regolamento Europeo 2016/679 in materia di protezione dei dati (GDPR). L'editore in qualità di Titolare del trattamento garantisce il rispetto dei diritti degli interessati ai sensi degli Artt. 15-22 del GDPR.

Gli annunci di offerte/ricieste di lavoro sono pubblicati sotto la responsabilità dell'inserzionista per i contenuti dei testi.

Rammentiamo che la Legge 903/97 art. 1 vieta discriminazioni fondate sul sesso per l'accesso al lavoro e quindi le inserzioni si riferiscono ad entrambi i sessi.

NOTE GENERALI:

Job in Tourism è un'Agenzia per il Lavoro (decreto Legislativo 276 del 10 settembre 2003 articolo 2, comma1, lettera C), autorizzazione rilasciata dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali il 28/05/2013 prot. 39/0007141/MA004.A003

Comunicazione privacy

Il Titolare del trattamento è Job in Tourism con sede legale e operativa Via Mussi, 4 - 20154 Milano. Gli interessati possono esercitare i diritti di cui agli Artt. 15-22 del GDPR rivolgendosi al Titolare all'indirizzo indicato o inviando una mail a info@jobintourism.net

Tutte le inserzioni pubblicate sono da intendersi riferite a persone di entrambi i sessi come da Legge sulle pari opportunità 903/77



Turismo italiano: la crescita, i driver, le abitudini dei viaggiatori

I numeri del ricettivo trainati dall'aumento dei prezzi, la spinta di shopping ed enogastronomia, l'apprezzamento dei sistemi di pagamento che garantiscono flessibilità: l'istantanea del settore scattata dalla ricerca annuale del Politecnico di Milano

■ di LUDOVICA MATI

A destra,
Eleonora Lorenzini, Direttrice
dell'Osservatorio Travel
Innovation del Politecnico di
Milano

La notizia è che il turismo italiano continua a crescere, ma che lo fa a tassi più contenuti se confrontati con quelli post pandemici – quasi che la spinta post-Covid avesse esaurito il suo effetto propulsore. Un andamento più “lento”, che interessa in modo particolare proprio il settore ricettivo, nel quale a trainare la crescita è soprattutto la componente extra-alberghiera e, ancor di più, l'incremento dei prezzi. È questa l'istantanea che emerge dall'undicesima edizione della ricerca annuale dell'Osservatorio Travel Innovation del Politecnico di Milano, presentata nei giorni scorsi nel corso di TTG Travel Experience, a Rimini.

Dal report – che ogni autunno “prende la temperatura” al settore tracciando l'andamento dei diversi comparti turistici e indicando nuove tendenze – emerge come oggi il mercato del travel italiano cresca a ritmi diversi: il transato del settore ricettivo, in modo particolare, fa segnare un +4%, mentre maggiore è la crescita sia del segmento trasporti, a +10%, che del tour operating (crociere escluse) e delle agenzie di viaggio, che registrano un aumento dell'8%.

Se guardiamo ai dati specifici dell'hospitality, il mercato ha raggiunto quota 37,5 miliardi, con la componente eCommerce a rappresentare il 56% del valore totale di mercato (pari a 21 miliardi). L'aspetto rilevante evidenziato dalla ricerca del Politecnico riguarda, tuttavia, il fatto che a sostenere la crescita della ricettività italiana negli ultimi mesi siano stati soprattutto due fattori: la componente extra-alberghiera e il generale incremento dei prezzi, che se da una parte ha spinto al rialzo i fatturati



A destra,

I dati della ricerca sul mercato del ricettivo in Italia evidenziano come quest'anno la crescita del comparto si sia stabilizzata, spinta soprattutto dalla componente extra-alberghiera e dal generale incremento dei prezzi

Dalle analisi sulle abitudini dei viaggiatori in fatto di prenotazioni, opzioni di acquisto e modalità di pagamento della ricerca emerge come la possibilità di rateizzazione rappresenti sempre più una leva decisionale anche per gli italiani

”

L'utilizzo della tecnologia nelle varie fasi del journey è più diffuso oltreoceano. L'AI generativa supporta ben il 38% degli americani per ispirazione, ricerca di servizi o creazione dell'itinerario, a fronte del 15% degli italiani; in fase di prenotazione i canali digitali sono più utilizzati dai turisti statunitensi, che si appoggiano di più anche agli assistenti vocali durante il viaggio

delle aziende, dall'altra ha tuttavia contribuito a deprimere la domanda, soprattutto quella interna. “Contrariamente a quanto osservato negli ultimi anni, non è l'eCommerce a spingere il mercato dell'ospitalità: la crescita della componente online, infatti, si assesta sul 4%, pari a quella del mercato nel suo complesso”, ha evidenziato **Eleonora Lorenzini**, Direttrice dell'Osservatorio Travel Innovation.

Diverso è lo scenario se si guarda al comparto trasporti che, nelle sue tre componenti incoming, domestica e outgoing, nel 2024 raggiunge i 26,3 miliardi di euro, con un incremento del 10% rispetto al 2023. Una crescita a due cifre, “trainata in particolare dal comparto aereo che ha beneficiato di un aumento dei passeggeri (+12%). La frenata estiva dei prezzi dei voli, soprattutto intercontinentali – ha analizzato ancora Lorenzini – determina una crescita del mercato inferiore rispetto al boom dello scorso anno, ma comunque considerevole”. Qui, anche la componente eCommerce fa sentire il suo peso, con una crescita a tasso più elevato (+12%) che le fa raggiungere un'incidenza molto superiore rispetto al pre-pandemia: dal 55% del 2019 al 70% del 2024 (pari a 18,4 miliardi su 26,3 miliardi totali).

La ricerca di quest'anno ha poi dedicato un approfondimento ai comportamenti e alle abitudini di viaggio di chi sceglie l'Italia come destinazione di vacanza, analizzando quattro differenti panel di viaggiatori: italiani, svizzeri, tedeschi e statunitensi. Una delle evidenze emerse da questo focus è che la motivazione principale nella scelta della destinazione di viaggio varia fortemente in base alla provenienza del turista, ma sia italiani che stranieri scelgono la meta in particolare in base alle attività esperienziali che possono svolgere in loco. Quasi un italiano su due (49%) e circa due stranieri su tre scelgono in base alle attività culturali, enogastronomiche, outdoor (sportive e non). In particolare, lo shopping è la prima attività svolta da tutti i viaggiatori, mentre le attività outdoor attraggono soprattutto i turisti stranieri. Il vero primato, tuttavia, lo hanno le attività enogastronomiche: oltre i due terzi di tedeschi e svizzeri e quasi tre turisti italiani e statunitensi su quattro ne ha scelta almeno una.

È elevata anche l'attenzione dei turisti alla sostenibilità: in particolare il 37% degli americani ha cercato informazioni sulla sostenibilità ambientale dei servizi prima della prenotazione, a fronte del 14% e 15% dei turisti rispettivamente italiani e tedeschi. L'holiday working è, invece, una pratica consolidata soprattutto tra i viaggiatori statunitensi e svizzeri.

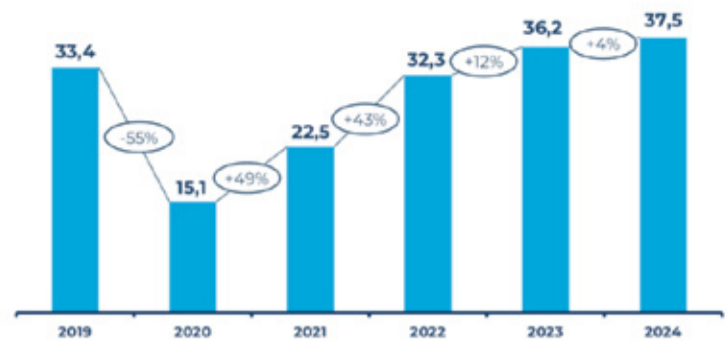
Infine, il rapporto con la tecnologia, il cui utilizzo nelle varie fasi del journey “è più diffuso oltreoceano”, ha analizzato **Filippo Renga**, Direttore dell'Osservatorio Travel Innovation. “L'AI generativa supporta ben il 38% degli americani per ispirazione, ricerca di servizi o creazione dell'itinerario, a fronte del 15% degli italiani; in fase di prenotazione i canali digitali sono più utilizzati dai turisti statunitensi, che si appoggiano di più anche agli assistenti vocali durante il viaggio”.

Un dettaglio interessante: in tutti i Paesi considerati – è emerso dal report – è alta la propensione a condividere i dati biometrici: a prescindere dalla provenienza almeno la metà dei viaggiatori è disposta a condividerli per velocizzare il check-in all'aeroporto. La disponibilità a condividere dati sulle abitudini di consumo, invece, è più bassa, a dimostrazione che su questo aspetto si sta sviluppando una maggiore sensibilità.

Continua la crescita del ricettivo, ma a tassi più contenuti

Osservatorio Travel Innovation
10.10.24 - TTC Travel Experience

Il totale mercato del ricettivo in Italia – miliardi di €



Fonte: elaborazione dell'Osservatorio Travel Innovation, stime a pre-consuntivo

POLITECNICO DI MILANO | osservatori.net | COPYRIGHT © POLITECNICO DI MILANO / DIPARTIMENTO DI INGEGNERIA GESTIONALE

↓ incidenza alberghiera



↑ incidenza extra componente case e appartamenti

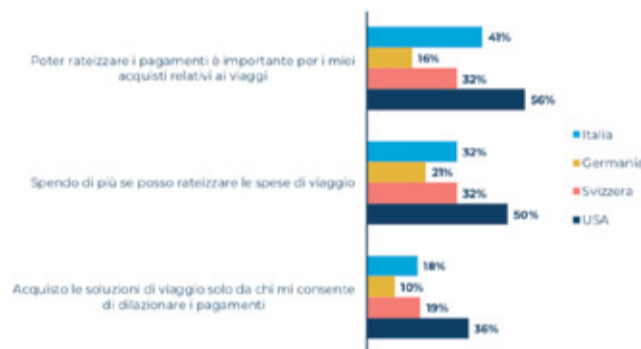


L'open air cresce come il mercato

La rateizzazione del pagamento è per molti una leva decisionale

Osservatorio Travel Innovation
10.10.24 - TTC Travel Experience

Viaggiatori in accordo con le seguenti affermazioni



Campione: 1007 (Italia); 1011 (Germania); 1007 (Svizzera); 1000 (USA)

POLITECNICO DI MILANO | osservatori.net | COPYRIGHT © POLITECNICO DI MILANO / DIPARTIMENTO DI INGEGNERIA GESTIONALE



Prenotazioni e pagamenti: cresce l'attenzione per tariffe e opzioni flessibili

La ricerca annuale del Politecnico di Milano ha indagato anche le abitudini dei viaggiatori in fatto di prenotazioni, opzioni di acquisto e modalità di pagamento. Negli ultimi 2 anni – è stato rilevato – è aumentato il ricorso alla tariffa flessibile: gli italiani che hanno prenotato un alloggio con possibilità di modifica o cancellazione fino all'ultimo sono, infatti, passati dal 34% del 2022 al 51% nel 2024. Inoltre, il pagamento rateizzato e il cosiddetto “Buy Now Pay Later” (BNPL) sono in molti casi una leva decisionale: il 18% degli italiani e addirittura il 36% degli statunitensi dichiarano che acquistano soluzioni di viaggio solo da operatori che offrono questa modalità di pagamento flessibile.



TFP Summit, prossima fermata: Napoli

Il racconto delle aziende che saranno protagoniste del prossimo appuntamento con la nostra job fair, in programma il 22 novembre a Napoli

■ a cura di SERENA MASSA

Archiviata la [prima edizione d'autunno di TFP Summit – Turismo Formazione Professioni](#), la job fair dell'ospitalità e del turismo di *Job in Tourism* che si è tenuta lo scorso 2 ottobre a Verona, già fervono i preparativi in vista della prossima tappa del tour dedicato alla ricerca e selezione del personale e al matching tra domanda e offerta di lavoro nel settore.

L'appuntamento è per venerdì 22 novembre a Napoli, dalle 9 alle 18, presso l'Hotel Ramada. Anche in questa occasione i candidati potranno accedere gratuitamente alla fiera e sostenere, in una sola giornata, i colloqui di lavoro per tutte le posizioni aperte presso hotel, resort, villaggi, ristoranti, compagnie di trasporto, agenzie interinali e imprese del turismo presenti alla job fair. Le iscrizioni per partecipare sono aperte a questo [link](#).

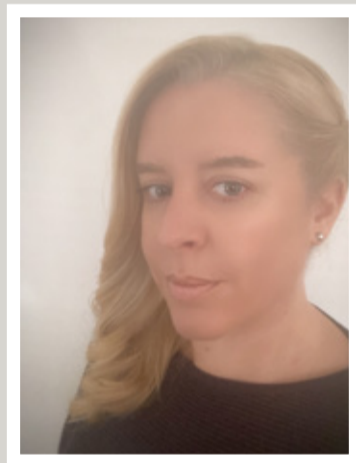
Spazio, dunque, nelle prossime pagine ad alcune delle aziende protagoniste della manifestazione, che ci raccontano quali sono le figure maggiormente ricercate e per le quali hanno attivato il recruiting, le competenze richieste e la strategia HR messa in campo da ciascuna (le trovate tutte, azienda per azienda, anche sul sito ufficiale di TFP Summit Napoli a questo [link](#)).

TFP Summit, tutti gli altri appuntamenti con il recruiting

Dopo la tappa napoletana di novembre, la job fair darà appuntamento al nuovo anno con le date già in programma a Milano, il 7 febbraio, e a Roma, il 28 febbraio 2025.

Per informazioni e iscrizioni delle aziende a tutte le prossime date di TFP Summit, scrivere a: commerciale@jobintourism.net e vendite@jobintourism.net.

Club Med



Le figure ricercate

Club Med, leader internazionale del turismo di alta gamma, conviviale e multiculturale, è dal 1950 creatore di momenti indimenticabili per i suoi clienti di tutto il mondo. Grazie alla sua presenza internazionale con oltre 70 resort Premium ed Exclusive Collection (4 e 5 Tridenti) situati nei luoghi più belli del mondo, Club Med è alla continua ricerca, per i suoi resort in Europa estivi e invernali, di profili per varie categorie professionali (Ospitalità e Ristorazione, Infanzia, Benessere, Sport, Arte e Spettacolo, Supporto e Vendita) che vogliano affrontare nuove sfide professionali in ambienti dinamici e internazionali.

Profilo e competenze richieste

In base al ruolo e alle responsabilità, ricerchiamo candidati con esperienza pregressa nella mansione

richiesta, ma anche profili junior che abbiano voglia di intraprendere un percorso di crescita professionale. Il requisito principale per tutti, invece, riguarda la condivisione dei valori che sono al centro dell'azienda: responsabilità, multiculturalità, spirito pionieristico, gentilezza e libertà. Per le posizioni più a contatto con i clienti, come Receptionist o Addetto/a alle vendite in Boutique, ma anche per le posizioni manageriali, l'ottima conoscenza del francese e dell'inglese è requisito obbligatorio, mentre per le altre posizioni rappresenta un plus.

Focus

Profili cucina

Tra le varie figure ricercate, quelle riguardanti il settore cucina restano il focus principale di Club Med: Commis di Cucina e di Pasticceria, Cuochi Demi-Chef, Pasticcieri, Capi Partita, Sous-Chef, Capi Cucina/Pasticceria. Per queste specifiche mansioni, richiediamo esperienza pregressa nella mansione e disponibilità alla mobilità internazionale. Per le posizioni manageriali, come Sous-Chef e Capi Cucina/Pasticceria, la conoscenza del francese resta un requisito obbligatorio.

Perché lavorare in Club Med

Lavorare nei resort Club Med rappresenta un vero e proprio "pass" verso un'opportunità unica. La mobilità internazionale è caratteristica distintiva dell'esperienza Club Med, incoraggiata grazie alla sua presenza mondiale, la quale garantisce, oltre alla continuità lavorativa e alla possibilità di sviluppare una carriera internazionale, anche di effettuare una "job rotation" tra vari settori. Club Med possiede, infatti, la sua "Università dei Talenti" e offre specifiche formazioni dedicate alla crescita professionale e al passaggio da un mestiere all'altro e che permettono lo sviluppo di soft skills, l'apprendimento di nuove lingue, ma anche di fortificare le proprie competenze tecniche.

Elena Bercellino, Recruitment Manager per l'Europa del Sud di Club Med

COMO Castello del Nero



Le figure ricercate

COMO Hotels and Resorts offre esperienze di viaggio di lusso con un servizio personalizzato in eleganti strutture, ognuna curata singolarmente per riflettere la propria posizione. Per COMO Castello del Nero le figure attualmente ricercate sono per il reparto F&B: Responsabile Ristorante, F&B Supervisor, Chef de Rang, Demi Chef de Rang, Commis, Barman; per la Cucina: Sous Chef, Chef de Partie, Demi Chef de Partie, Commis; per l'Housekeeping: Facchini e Cameriera ai Piani; per l'Economato: Capo Magazziniere; Manutenzione: Assistente Capo Manutenzione, Manutentore; per l'HR: L&D Manager; per il Finance: Addetto alla Contabilità; per il Front Office: Portiere Notturmo, Front Desk Agent; per la SPA: Terapiste.



Profilo e competenze richieste

Le skills richieste sono l'esperienza in alberghi 5 stelle lusso e la conoscenza della lingua inglese. Completano il profilo buone doti di proattività, adattabilità e problem solving.



Focus

Learning e Development Manager

La figura riporterà direttamente al Director of People & Culture. Questa figura è di basilare importanza in quanto la formazione continua è il segreto per il successo di un'azienda. Si richiede pregressa esperienza nel ruolo in albergo 5 stelle lusso, conoscenza degli standard LQA, conoscenza della lingua inglese, predisposizione a lavorare in team. È una figura di supporto a tutti i reparti, pronta a coglierne le esigenze di formazione e a intervenire con rapidità ed efficacia.

Perché lavorare con COMO Castello del Nero

Vogliamo "fare la differenza", ci impegniamo, cioè, a fare le cose in modo diverso al fine di apportare cambiamenti significativi nella vita delle persone: è la nostra mission. Tutto questo è possibile attraverso la passione, la creatività e lo stile, che sono i valori che ci appartengono e ci contraddistinguono. Con la passione ci prendiamo cura dei nostri ospiti e gli uni degli altri con energia, calore e spontaneità. Con la creatività cerchiamo le idee originali e l'iniziativa: ispiriamo i nostri ospiti e i colleghi. Con lo stile, siamo autentici, genuini e coerenti nei confronti di tutti.

Carla Lovelli, Cluster Director of People & Culture di COMO Castello del Nero



Nuove Frontiere Lavoro

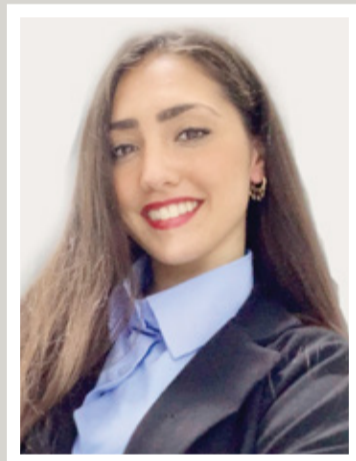


Le figure ricercate

Con il nostro team specializzato e la nostra esperienza ventennale nel settore siamo in grado di offrire personale mirato per hotel, resort, agenzie di viaggio, compagnie di crociera e altre attività di pertinenza. Ci occupiamo di costituire brigate di alto livello per clienti di lusso o ristoranti Michelin con profili quali F&B Manager, Sommelier, Chef de Rang e per garantire alti standard qualitativi nel mondo hôtellerie con profili come General Manger, FOM, FOA, Guest Relations Agent, Concierge, Receptionist, Night Auditor; oppure selezioniamo nuovi talenti interessati a lavorare nel turismo attraverso i nostri laboratori professionali.

Profilo e competenze richieste

In base al ruolo da ricoprire e al cliente presso cui si presta servizio vi sono delle hard e soft skills che variano. Tuttavia, vi sono caratteristiche comuni fondamentali per garantire un buon servizio. Per esempio, in sala, Maître e Chef de Rang devono saper gestire i clienti, lavorare in squadra, resistere allo stress e conoscere le norme igienico-sanitarie; nell'area bar, i Baristi devono essere veloci e precisi nella preparazione di bevande e vivande oppure, in caso di ruoli come Barman/Barlady, bisogna conoscere drink e cocktail da consigliare in accostamento a taglieri e aperitivi scelti dall'ospite. Nella maggior parte delle realtà del mondo alberghiero, inoltre, una delle competenze maggiormente richieste è la conoscenza delle lingue straniere, alla cui base vi è la lingua inglese.



Focus

Chef de Rang e Front Office Manager

Lo Chef de Rang è un membro della brigata di sala che si occupa della gestione del rango affidatogli. Coordina il ramo di riferimento e il team di pertinenza (Demi Chef de Rang e Commis de Rang) occupandosi della presa comande e curando l'attenzione all'ospite, per garantire standard qualitativi alti. È un profilo tipico del mondo hôtellerie o di ristoranti strutturati e riporta al Maître di sala che supervisiona il tutto.

Il Front Office Manager è responsabile della gestione e del coordinamento del personale del Front Office, ovvero la reception e le aree adiacenti. Supervisiona e coordina il proprio team di riferimento; organizza la turnistica e monitora le performance interne in materia di accoglienza e ospitalità affinché gli standard alberghieri vengano rispettati.

Perché cercare lavoro con Nuove Frontiere Lavoro

Il gruppo Nuove Frontiere Lavoro si propone come partner ideale per le aziende occupandosi della gestione completa delle risorse umane attraverso la somministrazione di personale, ricerca e selezione, formazione professionale, sicurezza sul lavoro, outplacement e altri servizi correlati. Vi è un processo accurato di ricerca e selezione che mira a combinare il match perfetto tra azienda e candidato. Abbiamo una banca dati interna di profili specializzati nel settore turistico, alberghiero e della ristorazione pronto a soddisfare le richieste di ogni cliente. Puntiamo molta attenzione al valore umano e il nostro obiettivo è orientare al meglio la risorsa affinché possa sentirsi a suo agio nel ruolo ricoperto e assicurare un alto grado di professionalità.

Giada Stella, Responsabile Divisione Turismo di Nuove Frontiere Lavoro



TFP TURISMO
FORMAZIONE
PROFESSIONI
SUMMIT

**TFP SUMMIT
NAPOLI**
22 NOVEMBRE 2024
HOTEL RAMADA

PARTECIPA E OTTIENI
GRATUITAMENTE IL TUO ATTESTATO
GREEN FACILITATOR

ISCRIVITI GRATUITAMENTE

GUARDA I PROFILI RICERCATI CLICCANDO SU OGNI LOGO



Evento organizzato da:

JOB in TOURISM

www.jobintourism.it



Ospitalità e AI: prepararsi a un futuro che è già qui

Dalla customer journey al revenue management fino al marketing, i consigli e le analisi degli esperti per rimanere al passo con le possibilità offerta dall'intelligenza artificiale generativa

■ di SILVIA DE BERNARDIN

È stato l'argomento che ha dominato la tre giorni riminese del turismo italiano a TTG Travel Experience: l'impatto dell'intelligenza artificiale sulle dinamiche di settore, sia lato domanda che lato offerta. Ormai, quello dell'AI generativa è, infatti, un tema che travalica la dimensione strettamente tecnologica e ha a che fare con la determinazione della domanda e la gestione dei flussi, con la guest experience e il revenue management, con la formazione del personale e il recruiting, con le buone pratiche di sostenibilità e l'impatto dell'overtourism.

Per quanto riguarda le ricadute in ambito alberghiero, se ne è discusso parecchio anche nel corso dell'Hospitality Day, la kermesse riservata al mondo dell'ospitalità che ogni anno precede il TTG, durante la quale sono state presentate nuove soluzioni tecnologiche, si sono analizzati possibili sviluppi futuri, ma soprattutto si è provato a capire che cosa possono fare sin da ora gli hotel per rimanere al passo con un cambiamento dal ritmo più che veloce.

Un dato di partenza interessante è quello di una recente ricerca di PhocusWire sul rapporto tra tecnologia e utenti che ha evidenziato che il 45% dei viaggiatori italiani si sentirebbe pronto a farsi organizzare un viaggio dall'intelligenza artificiale. In effetti, si tratta di un futuro che è già qui: se è vero, infatti, che tanto i grandi colossi del comparto quanto la miriade di start up nate negli ultimi due anni intorno al boom dell'AI generativa (quella sul modello di ChatGPT, per intenderci) sono già molto avanti nell'impiego di questo tipo di tecnologia per personalizzare e profilare l'offerta, è altrettanto vero che anche l'utente finale si sta avvicinando sempre più all'AI come strumento utile per organizzare il viaggio risparmiando tempo (come ha rilavato anche la ricerca annuale del Politecnico di Milano di cui parliamo a pagina 5). Un esempio? Farsi suggerire per una data destinazione itinerari e attrazioni da visitare, ma anche l'albergo dove soggiornare o il ristorante nel quale cenare.

”

La conoscenza dell'intelligenza artificiale equivale a quella di internet di 20 anni fa. I tool di AI sono come la suite di Office di allora: vanno integrati nel workflow quotidiano ed è necessario che il personale sia formato per usarli

”

In gergo si usa l'espressione 'garbage in, garbage out': ovvero, se io fornisco all'AI dati spazzatura, non potrò che ottenere una predizione del prezzo spazzatura.

Per un sistema di revenue management basato sull'AI di qualità servono, a monte, un pms performante e database puliti

Ma in uno scenario come questo cosa cambia per l'hotel? Cosa può fare una struttura ricettiva perché il suo nome sia "pescato" tra gli infiniti contenuti della rete dai quali l'intelligenza artificiale apprende per poter elaborare la risposta da dare all'utente? Ha senso continuare a stare sui motori di ricerca? E come dovranno cambiare le strategie di promozione per essere efficaci rispetto al funzionamento dell'intelligenza artificiale generativa?

La verità è che risposte certe a queste domande non si hanno, ma – ha sottolineato **Mirko Lalli**, CEO e Founder di The Data Appeal Company nel corso di un incontro dedicato proprio ad AI e ospitalità – è indubbio che “la customer journey digitale, per come l'abbiamo conosciuta sino a qui, sta sparendo e che, per esempio, dovremo ripensare tutto quello che abbiamo imparato sul marketing digitale negli ultimi 15 anni in fatto di SEO e SEM”. Detto questo, un punto fermo c'è, ha osservato ancora Lalli: l'importanza di continuare a lavorare su contenuti ben scritti e su una buona e abbondante reputazione online, parametri che fanno capire all'AI che un hotel è più rilevante di un altro.

Non è, tuttavia, solo questione di marketing. Nella gestione alberghiera, infatti, sono diversi gli ambiti nei quali l'AI può già essere spesa – e lo sarà sempre di più: le modalità di risposta rapida alle recensioni, la generazione di contenuti promozionali, la

Digital twins: i chatbot “evoluti” al servizio della customer experience

Si chiama “digital twin”, ovvero “gemello digitale”, ed è una delle tante applicazioni dello sviluppo tecnologico, basato anche sull'intelligenza artificiale, che potrebbe entrare da qui ai prossimi anni anche nel mondo alberghiero e della ristorazione. Di che cosa si tratta? Il “gemello digitale” è la rappresentazione virtuale di un'entità fisica, vivente o non vivente, di una persona o di un sistema, che è connessa a una parte fisica e con la quale può scambiare dati e informazioni. Una sorta di chatbot evoluto, dunque? Non proprio, ha spiegato **Febo Leondini**, presidente di AFDB, Associazione Formazione Distributori Bevande, durante l'Hospitality Day di Rimini: “La grande differenza con gli attuali chatbot sta nella dimensione relazionale che il gemello digitale può garantire e che è assente nei chatbot, molto più rigidi nel fornire risposte a domande o problemi specifici”.

Le applicazioni nel settore possono essere molteplici: dal front desk per l'assistenza all'ospite alla cura della guest experience fino alle gestione delle procedure di back office. “Il digital twin è una piattaforma straordinaria, che genera un servizio che affianca l'uomo. I vantaggi – ha spiegato ancora Leondini – sono che può essere istruito molto facilmente anche senza competenze informatiche specifiche. Può fornire consigli pratici e informazioni geolocalizzate su tutta l'esperienza del journey dell'ospite. È multilingua e multimediale, è in grado di garantire una presenza costante, un supporto continuo e un dialogo personalizzato con l'utente. Inoltre, può riconoscere e mettere insieme molte informazioni fornendo insights su cosa chiedono maggiormente gli ospiti aiutando così a migliorare il servizio e a indirizzare le operazioni di marketing”.

Sotto,
“Gemelli digitali” e robot antropomorfi potrebbero presto diventare presenze consolidate negli alberghi, proprio grazie agli sviluppi dell'AI (con la quale è stata realizzata anche questa immagine)





Turismi AI, un'associazione per fare rete e promuovere la digitalizzazione

È nata la scorsa primavera per promuovere l'intelligenza artificiale nel settore Turismi AI, associazione che è arrivata a contare oltre 100 soci, tra cui anche diversi gruppi alberghieri come BWH Hotels e RHC Group, oltre ad associazioni, enti di ricerca e università, tour operator, network di agenzie di viaggio, società di sviluppo tecnologico e big tech come Google e Mastercard.

Obiettivo dichiarato: guidare le imprese turistiche italiane attraverso il percorso dell'innovazione digitale, fornendo strumenti, conoscenze e opportunità di networking per sfruttare al meglio le potenzialità offerte dall'AI, ma anche rappresentare il turismo nei tavoli istituzionali dedicati a digitalizzazione e innovazione, ha spiegato il presidente **Edoardo Colombo** nel corso di un incontro a TTG Travel Experience dedicato alla formazione, nel quale si è discusso di come l'innovazione tecnologica possa contribuire alla crescita del settore in Italia.

“All'AI si guarda spesso come fattore di rischio – ha sottolineato Colombo –. Noi crediamo, invece, che possa creare grandi opportunità, anche per le piccole e medie imprese – basti pensare alla personalizzazione dell'offerta o all'analisi predittiva dei dati – sempre più determinanti in termini di competitività”.

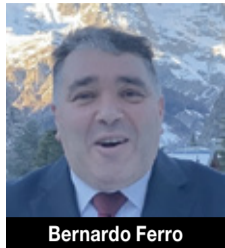
Tra le novità annunciate da Turismi AI a Rimini, l'avvio di una partnership strategica con Savona, la prima città italiana a entrare nel network dell'associazione. In vista della candidatura a Capitale italiana della Cultura 2027, infatti, Savona svilupperà progetti di promozione turistica basati proprio sull'intelligenza artificiale, puntando a valorizzare il proprio patrimonio culturale e naturale attraverso tecnologie innovative.

studiare: “La conoscenza dell'intelligenza artificiale equivale a quella di internet di 20 anni fa. I tool di AI – ha detto ancora Lalli – sono come la suite di Office di allora: vanno integrati nel workflow quotidiano ed è necessario che il personale sia formato per usarli”. E poi, come già dicevamo, curare la comunicazione, il brand, la reputazione online: in uno scenario che sta cambiando in modi, per certi versi, difficili da prevedere, sono ancora loro ad aiutare l'albergo a posizionarsi sul mercato e a fare la differenza.

personalizzazione dei messaggi per gli ospiti, la gestione tariffaria con la predizione del prezzo dinamico, per esempio. Su quest'ultimo punto, hanno sottolineato gli esperti, perché l'AI sia davvero utile a ottimizzare i ricavi “è fondamentale la pulizia del dato: spesso ci dimentichiamo che le risultanze fornite dall'intelligenza artificiale dipendono da ciò che le diamo in pasto – ha ricordato **Susanna Saitta**, Data Scientist di MyForecast RMS e dottoranda del Dipartimento di Matematica e Informatica dell'Università di Catania –. In gergo si usa l'espressione ‘garbage in, garbage out’: ovvero, se io fornisco all'AI dati spazzatura, non potrò che ottenere una predizione del prezzo spazzatura. Per un sistema di revenue management basato sull'AI di qualità servono, a monte, un pms performante e database puliti”. Nulla di troppo nuovo, a ben guardare.

Poi, c'è il tema della customer experience, rispetto alla quale si aprono scenari che appaiono quasi futuristici oggi, ma che potrebbero avere risvolti applicativi concreti anche in tempi rapidi, come nel caso dei cosiddetti “gemelli digitali” o dei robot antropomorfi. “Le grandi società ci stanno già lavorando – ha raccontato Lalli –. A breve ci saranno parti del mondo dove li vedremo rifare le camere o portare i bagagli. Diciamo sempre che sono strumenti che non potranno mai sostituire il ‘tocco umano’, ma siamo sicuri che sia davvero così? Una macchina di questo tipo viene addestrata su standard di empatia e gentilezza che non subiscono le variazioni tipiche dei comportamenti umani. Ecco, io non sottovaluterei questo impatto dell'AI quando si parla di sviluppo e formazione del personale”.

Cosa possono fare, dunque, gli hotel per prepararsi a tutti questi cambiamenti? Prima di tutto, rimanere curiosi rispetto alle novità e



Bernardo Ferro

A.B.I. Professional
 Associazione Barmen Italiani
 339 4896401
www.abiprofessional.it



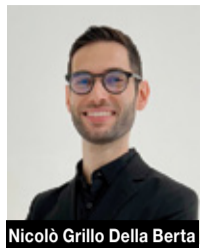
Bartolomeo D'Amico

A.D.A.
 Associazione Direttori Albergo
 06 35403933 - 338 8706090
www.adaitalia.it



Angelo Donnalio

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



Nicolò Grillo Della Berta

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



Claudio Di Bernardo

AIFBM
 Associazione Italiana
 F&B Manager
 Tel. 02 6691692
 e-mail: segreteria@aifbm.com
www.aifbm.com



Alberto Lavorgna

A.I.R.A.
 Associazione Italiana Ricettività
 e Accoglienza
 0431 423932 e 345 0169131
www.airaonline.it



Giuseppe Cranchi

A.I.P.N.
 Associazione Italiana
 Portieri di Notte
 Tel 02 26141400
www.aipn.it



Margherita Zambuco

A.I.H.
 Associazione Italiana
 Housekeeper
 335 7248968
www.aihgovernanti.it



Associazione Italiana Sommelier



Sandro Camilli

Associazione Italiana Sommelier
 Tel. 02 2846237
ais@aisitalia.it
www.aisitalia.it



Elisa dal Bosco

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



Valerio Beltrami

A.M.I.R.A.
 Associazione Maîtres Italiens
 Ristoranti e Alberghi
 tel. 02 41405461
www.amira.it



Gino Fabbri

AMPI
 Accademia Maestri Pasticceri
 Italiani
info@ampiweb.it
www.ampiweb.it



Roberto Carcangiu

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



Ezio Indiani

E.H.M.A.
 European Hotel Managers
 Association
 tel. 06 47824556
www.ehma-italia.it/



Enrico Derflinger

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



Mauro Di Maio

FAIPA
 Le Chiavi D'Oro FAIPA
 Federazione delle Associazioni
 Italiane dei Portieri d'Albergo
 e Front Office
www.lechiavidoro/faipa.org



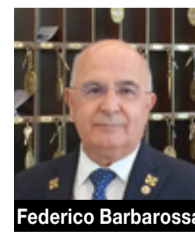
Rocco Cristiano Pozzulo

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



Francesco Guidugli

SOLIDUS
 I Professionisti
 dell'Ospitalità Italiana
info@solidusturismo.it
www.solidusturismo.it



Federico Barbarossa

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

Follie, Villa Agrippina: così il fine dining diventa family friendly

Si è discusso molto, l'estate scorsa, di quanto i luoghi della socialità – a partire dai ristoranti – siano a misura di bambine e bambini e se, e come, sia giusto limitarne la frequentazione rendendoli, in alcuni casi, “adults only”. Un dibattito che il mondo della ristorazione e dell'ospitalità ben conosce e che nel corso del tempo ha visto sperimentare formule e servizi di taglio diverso, anche sul target luxury, ora per segmentare i pubblici, ora al contrario per integrarli.

Per quanto riguarda questa seconda modalità, una delle ultime proposte in ordine di tempo è quella offerta dal ristorante Follie, il fine dining dell'hotel Villa Agrippina, a Roma, che ha introdotto “un'esperienza gastronomica pensata per avvicinare i più piccoli a sapori che vanno oltre lo spaghetti in bianco o al pomodoro e condividere con tutta la famiglia l'esperienza del fine dining”, spiegano dal ristorante. Follie ha, infatti, presentato uno speciale Menu Bambini “gourmet”, ideato dallo chef di casa

Alfonso D'Auria “per soddisfare i più piccoli, con piatti gustosi e divertenti. Il menu è stato studiato per rendere il momento al ristorante un'esperienza piacevole e inclusiva per tutta la famiglia. Follie, da sempre attento alle esigenze dei suoi ospiti – raccontano dal ristorante – si impegna ad accogliere i più piccoli con proposte che coniugano sapori autentici e ingredienti di altissima qualità, mantenendo il suo approccio innovativo e raffinato anche per i piccoli gourmet”.

Lo speciale menu per i più piccoli è composto da quattro portate, con tanto di abbinamento a cocktail di frutta. Si parte con la Sfera di mozzarella con cuore liquido di pomodoro e chips di prosciutto: un antipasto croccante e cremoso, con un cuore liquido di pomodoro fresco, accompagnato da croccanti chips di prosciutto, abbinato al Fragolino, un cocktail analcolico a base di fragola, ginger ale soda e ciliegia maraschino a guarnizione.

Seguono gli Gnocchi ripieni di ragù, spuma di pecorino e basilico: un primo piatto che reinterpreta un grande classico, accompagnato da Minions, drink analcolico a base di ananas, succo di lime e uno sciroppo home-made al lemongrass.

Il secondo piatto è, invece, il Magnum di pollo in crosta di cereali e maionese al miele con, in abbinamento Mentostecco, proposta analcolica a base di pompelmo, dal sentore citrico e floreale, a cui viene aggiunto il lime e uno sciroppo alla menta per rendere tutto più fresco.

Infine, per il dolce, una proposta classica: Cioccolato e caramello con, in accompagnamento, il cocktail La foresta dei sogni, ispirato all'omonimo cartone animato, a base di seedlip (bevanda analcolica alle erbe), sciroppo al sambuco e acqua tonica.

In occasione della presentazione del menu, nelle scorse settimane, sono stati coinvolti 15 bambini tra i 3 e i 12 anni, che hanno partecipato a un percorso cultural-gastronomico alla scoperta di Villa Agrippina, con una caccia al tesoro nei luoghi più segreti della dimora e, a seguire, con lo chef D'Auria e la brigata, un passaggio in cucina dove con grembiule da chef e mini mattarello hanno impastato la farina e preparato gli gnocchi al ragù.

Un'esperienza che verrà riproposta su prenotazione con la lezione di cucina ogni primo sabato del mese, mentre il Menu Bambini è già disponibile tutti i giorni: “Follie – concludono dal ristorante – continua a valorizzare l'esperienza del fine dining, rendendola sempre più inclusiva e accessibile, senza rinunciare alla creatività e alla qualità che contraddistinguono la cucina dello chef Alfonso D'Auria”.



Falkensteiner Michaeler Tourism Group: la road map del 2025



Sarà inaugurato la prossima primavera il nuovo Falkensteiner Hotel Bozen, progetto di punta per il nuovo anno di FMTG - Falkensteiner Michaeler Tourism Group. La struttura – un city hotel, parte della Premium Collection del brand – conterà 113 camere e suite e sarà localizzato all'interno del nuovissimo complesso Waltherpark che includerà un centro commerciale, uffici e appartamenti. Il sesto piano dell'hotel ospiterà anche il primo ristorante Mochi in Italia, "una vera istituzione della cucina di ispirazione giapponese a Vienna, che proporrà un menu giapponese ed europeo".

Per il gruppo alberghiero altoatesino, il 2025 sarà segnato anche dall'apertura, sul finire dell'anno, della prima parte del progetto [Falkensteiner](#)

[Park Resort Lake Garda](#), a Salò. Il complesso, che all'apertura comprenderà un hotel a 5 stelle di 97 camere e 96 appartamenti Premium Living, a fine 2027 vedrà il numero degli appartamenti arrivare a 170.

A completare la lista delle nuove aperture del gruppo FMTG per il prossimo anno, le Falkensteiner Aurora Residences, nuove ville di lusso all'interno del Falkensteiner Resort Punta Skala di Zara, in Croazia, e nel 2027 il Falkensteiner Family Hotel Gromitz, prima struttura del brand in Germania.

Gruppo UNA sale a sei hotel in Sicilia: inaugurato il nuovo Maniace Boutique Hotel Ortigia

Ha aperto le porte agli ospiti pochi giorni fa nella parte più antica di Siracusa il nuovo Maniace Boutique Hotel Ortigia, struttura ricettiva che entra a far parte della collezione UNA Esperienze del Gruppo UNA.

L'hotel, una dimora storica 4 stelle affacciata sulla spiaggia di Carlarossa, conta 21 camere e suite, arredate secondo un ricercato stile siciliano, una breakfast room con vista su un'antica abside risalente al IV d.C., un'elegante terrazza esterna e il giardino storico del palazzo. Grande attenzione è rivolta al tema della sostenibilità, grazie all'impiego di pannelli solari, lampade a basso consumo e pratiche che promuovono l'economia circolare, con l'utilizzo di prodotti locali e a chilometro zero.

Con questa new entry, sale così a sei il numero delle strutture del gruppo in Sicilia, tra UNA Esperienze e UNAHOTELS, un risultato che – sottolinea la compagnia – "testimonia l'impegno della più grande catena alberghiera italiana nel valorizzare la regione siciliana, offrendo esperienze uniche e personalizzate ai propri ospiti e confermando la sua vocazione a diventare sempre più protagonista dell'ospitalità di alta gamma in tutta Italia".





Si avvicina la stagione invernale e la riapertura del **PARC HOTEL POSTA**, completamente ristrutturato in chiave moderna, che si trova a **San Vigilio di Marebbe**, splendida località della **Val Pusteria in Alto Adige**.

Per rendere unico ed indimenticabile il soggiorno dei nostri ospiti, siamo alla ricerca di professionisti dinamici e motivati, per i seguenti reparti:

Direzione, Front e Back Office, Sala, Cucina e Pasticceria, Housekeeping e Manutenzione, Wellness.

Nello specifico:

- **Hotel Manager**
- **Receptionist**
- **Portiere Notturmo**
- **Chef di Cucina**
- **Aiuto Cuoco**
- **Responsabile di sala**
- **Cameriere di sala bar**
- **Governante**
- **Cameriere/a ai piani**
- **Manutentore Hotel**
- **Operatore/Operatrice Wellness**
- **Pasticciere**

Si richiede esperienza pluriennale nel medesimo ruolo in strutture 4* – Conoscenza della lingua italiana ed inglese fluente e preferibilmente della lingua tedesca.

Swadeshi Hotels offre iniziale inserimento lavorativo per la stagione invernale e continuità annuale negli alberghi del gruppo.

Ambiente stimolante e in forte crescita con retribuzione adeguata e pacchetto Benefit.

Clicca sulla figura desiderata per maggiori informazioni sulla posizione ricercata e per l'invio del tuo cv.

Tutti i CV devono essere inviati comprensivi di autorizzazione al trattamento dei dati personali in conformità al Regolamento UE n. 2016/679 - GDPR e saranno utilizzati esclusivamente per la selezione in corso.
L'offerta di lavoro si intende riferita ad entrambi i sessi secondo il disposto delle leggi 903/77 e 125/91



Majestic Palace Hotel, a Sant'Agnello-Sorrento, per la prossima stagione estiva marzo 2025 è alla ricerca di varie figure professionali:

- **Team Breakfast,**
- **Chef Breakfast,**
- **Chef Capo Partita primi e secondi,**
- **Commis di cucina**

La conoscenza dell'inglese o più lingue costituisce carattere preferenziale.

È disponibile, se laddove strettamente necessario, anche l'alloggio.

I candidati interessati possono di inviare CV aggiornato con foto via email a:

cvb484@jobintourism.net

Tutti i CV devono essere inviati comprensivi di autorizzazione al trattamento dei dati personali in conformità al Regolamento UE n. 2016/679 - GDPR e saranno utilizzati esclusivamente per la selezione in corso.
L'offerta di lavoro si intende riferita ad entrambi i sessi secondo il disposto delle leggi 903/77 e 125/91



SWISS DIAMOND GROUP
LIFESTYLE HOSPITALITY

Swiss Diamond Boutique Hotel Romantica.

Sei alla ricerca di una nuova sfida professionale in un ambiente lussuoso e stimolante?

Stiamo cercando persone dinamiche, appassionate e dedite all'eccellenza dell'ospitalità, per entrare a far parte del Team di un Boutique Hotel 5 stelle lusso, prossimo all'apertura nel Luganese.

Posizione aperte:

- Personale per le camere: Governante**
- Personale addetto all'accoglienza: Front Office Manager**
- Personale di sala: Maître**

Requisiti:

- Esperienza nel settore correlato (a seconda della posizione).
- Passione per l'eccellenza del servizio.
- Ottima conoscenza delle lingue nazionali svizzere e dell'inglese
- Capacità di lavorare in un ambiente dinamico e multitasking.
- Forte orientamento al cliente e capacità di problem-solving.

Se ritieni di avere le qualità richieste e vuoi entrare a far parte di un team di professionisti impegnato a creare esperienze indimenticabili per i propri ospiti, invia il tuo curriculum vitae e una lettera di presentazione a cvb469@jobintourism.net

Si prega di inserire nell'oggetto della e-mail di candidatura la mansione per la quale ci si candida.

Unisciti a noi e preparati a vivere un'esperienza professionale straordinaria nell'ambito dell'ospitalità di lusso!
Si prega di notare che verrà dato seguito esclusivamente alle candidature che soddisfano i requisiti richiesti.

Tutti i CV devono essere inviati comprensivi di autorizzazione al trattamento dei dati personali in conformità al Regolamento UE n. 2016/679 - GDPR e saranno utilizzati esclusivamente per la selezione in corso.
L'offerta di lavoro si intende riferita ad entrambi i sessi secondo il disposto delle leggi 903/77 e 125/91



TFP TURISMO
FORMAZIONE
PROFESSIONI
SUMMIT

TFP SUMMIT NAPOLI

22 NOVEMBRE 2024

HOTEL RAMADA

DALLE ORE **9:00** ALLE ORE **18:00**

TROVA LE TUE RISORSE UMANE

CONTATTACI

GUARDA LE AZIENDE PARTECIPANTI



Evento organizzato da:

Job in TOURISM

www.jobintourism.it



AMAN
VENICE

AMAN, fondato nel 1988 da Adrian Zecha è un gruppo di luxury Hotel e Residenze che conta 34 strutture in 20 paesi, 15 dei quali siti **UNESCO**.

Le strutture, uniche nel loro genere, sono state progettate da alcuni dei principali architetti come Kerry Hill, Ed Tuttle e Jean Micheal Gathy affiancati da talenti emergenti. Il gruppo Aman colleziona più di 500 awards, tra cui "Top Travel Honours" e "Best 500 Hotels".

Aman Venice è un hotel 5 stelle lusso, situato all'interno di Palazzo Papadopoli, uno degli otto grandi palazzi monumentali affacciato direttamente sul Canale Grande, ricco di tesori e affreschi del pittore settecentesco Tiepolo. Il primo piano Nobile ospita una sala da ballo di Cesare Rotta e un sontuoso ristorante affacciato sul Canal Grande.

Le 24 stanze differenti e uniche nel loro genere, con opere di grandi artisti italiani, tra cui l'architetto Sansovino, risalente al sedicesimo secolo, e il pittore Tiepolo, possiedono autentici rivestimenti in seta, lampadari, pannelli in legno, chioserie e soffitti dipinti, che ne incrementano il valore.

Aman Venice vuole ampliare il suo team e ha aperto nuove posizioni:

- **Chef de Rang**
- **Commis de Rang**
- **Commis de Bar**
- **Commis de Cuisine**
- **Chef de Partie**
- **Demie Chef de Partie**
- **F&B Host/ess**
- **Cameriera ai piani**
- **Facchino ai piani**

L'ambiente lavorativo è giovane, dinamico e motivante dove ognuno si parte di un progetto più esteso.

Il lavoro di squadra è assertivo e in armonia, dove si cerca l'efficacia e l'efficienza, riconosciute adeguatamente con attività per lo staff organizzate mensilmente.

Il progresso e il successo dell'hotel è opera di ognuno dei dipendenti e del loro lavoro.

Nel 2023 si classifica 14° nella classifica "50 Best Hotels", premio di cui va molto orgoglioso.

Potrai effettuare il colloquio di lavoro per queste posizioni al **TFP Summit Napoli 2024**, presso il l'Hotel Ramada, **il 22 Novembre 2024** dalle ore **09:00** alle **18:00**.

Se sei iscritto a Job In Tourism, fai il login e registrati nella tua area personale. Altrimenti iscriviti gratuitamente per poter sostenere i tuoi colloqui di lavoro.

Ti aspettiamo!

Tutti i CV devono essere inviati comprensivi di autorizzazione al trattamento dei dati personali in conformità al Regolamento UE n. 2016/679 - GDPR e saranno utilizzati esclusivamente per la selezione in corso.
L'offerta di lavoro si intende riferita ad entrambi i sessi secondo il disposto delle leggi 903/77 e 125/91



Unisciti al nostro team al **Caravan Park Sexten** e vivi il meglio di una destinazione turistica d'eccellenza! Cerchiamo da subito **un/a Receptionist (M/F/D)** che ami il proprio lavoro e affronti ogni sfida con passione.

Cosa ci aspettiamo:

- Personalità solare, affidabile e discreta
- Ottime capacità organizzative e relazionali
- Esperienza nel ruolo, preferibilmente in ambito alberghiero
- Conoscenza di tedesco, italiano e inglese
- Preferibile utilizzo del gestionale ASA
- La conoscenza del tedesco, almeno di livello B2, è necessaria.

Ti offriamo:

- Contratto annuale, 5,5 giorni a settimana
- Vitto e alloggio (se disponibili)
- Formazione continua e opportunità di crescita
- Uso gratuito di piscine, palestre, saune e sconti interni

Luogo di lavoro: Sesto (BZ).

Se ti riconosci in questa descrizione, inviaci la tua candidatura all'indirizzo: **cvb478@jobintourism.net** e diventa parte della nostra squadra!

Tutti i CV devono essere inviati comprensivi di autorizzazione al trattamento dei dati personali in conformità al Regolamento UE n. 2016/679 - GDPR e saranno utilizzati esclusivamente per la selezione in corso.
L'offerta di lavoro si intende riferita ad entrambi i sessi secondo il disposto delle leggi 903/77 e 125/91



QC Spa Grand Hotel Bagni Nuovi Bormio: Cuoco e Aiuto Cuoco

QC Spa of Wonders offre esperienze di benessere e relax in spa e hotel di charme in diverse destinazioni di charm in Italia, Francia e a New York.

QC Spa Grand Hotel Bagni Nuovi Bormio ricerca le seguenti figure:

– **CUOCO**: La persona selezionata si occuperà di eseguire i servizi di lunch, aperitive e cena secondo gli standard previsti dal gruppo. Sarà responsabile dell'impiattamento e del finishing dei piatti, della preparazione, impostazione e gestione dei servizi nel rispetto delle norme HACCP.

Inoltre, garantirà la qualità del servizio ai clienti, l'accoglienza e la gestione dei coperti, nonché il buon svolgimento del servizio e dei compiti assegnati alla squadra.

– **AIUTO CUOCO**: La persona selezionata si occuperà delle attività generali legate alle partite della cucina, seguendo gli standard di preparazione e conservazione delle derrate alimentari.

Offriamo l'alloggio, nonché i benefit del mondo QC Spa of Wonders.

La mail per ricevere i CV è **cvb471@jobintourism.net**

Per tutte le altre selezioni dell'area F&B nelle nostre strutture consulta il nostro sito web <https://www.qcterme.com/it/corporate/lavora-con-noi>

Tutti i CV devono essere inviati comprensivi di autorizzazione al trattamento dei dati personali in conformità al Regolamento UE n. 2016/679 - GDPR e saranno utilizzati esclusivamente per la selezione in corso.
L'offerta di lavoro si intende riferita ad entrambi i sessi secondo il disposto delle leggi 903/77 e 125/91



L'Hotel Ciasa Soleil **** a La Villa, Alta Badia, è alla ricerca di **un/una Receptionist** con comprovata esperienza in strutture alberghiere 4/5 stelle, per la prossima stagione invernale.

L'Hotel Ciasa Soleil **** è un boutique hotel con 30 camere e suites, situato nel pittoresco paese di La Villa, nel cuore dell'Alta Badia, in provincia di Bolzano.

Circondato dalle spettacolari montagne delle Dolomiti, offre un connubio perfetto tra l'ospitalità altoatesina e servizi di alta qualità più internazionali. Gli ospiti possono godere di accoglienti camere arredate con materiali nobili, un'area benessere intima con vista sulle Dolomiti e un ristorante che propone raffinati piatti della cucina locale. Con accesso diretto alle piste da sci in inverno e numerosi sentieri escursionistici in estate, il Ciasa Soleil è la destinazione ideale per gli amanti della natura e delle attività all'aria aperta, desiderosi di vivere un'esperienza rilassante e indimenticabile.

L'Addetto/a di Ricevimento, in collaborazione e sotto la supervisione del Front Office Team, si occupa dell'accoglienza e della fidelizzazione degli ospiti, garantendo una risposta tempestiva e personalizzata a tutte le esigenze durante il soggiorno. Ricopre un ruolo chiave nel garantire un'esperienza impeccabile agli ospiti, favorendo una comunicazione fluida tra i diversi reparti e assicurando un elevato livello di soddisfazione del cliente.

Responsabilità principali:

- Accoglienza degli ospiti dell'Hotel e dei clienti del Ristorante/BAR, nonché dei visitatori esterni.
- Gestione delle procedure di check-in e check-out secondo gli standard operativi.
- Promuovere proattivamente upgrade e servizi aggiuntivi agli ospiti, massimizzando i ricavi dell'hotel e migliorando l'esperienza del soggiorno.
- Rispondere prontamente e in modo efficace ai reclami e alle richieste degli ospiti, assicurando una risoluzione tempestiva e soddisfacente. Segnalare eventuali problemi al management quando necessario.
- Controllo e accompagnamento degli ospiti nelle rispettive camere e assistenza ai clienti del Ristorante/BAR nella scelta e disposizione al tavolo, in coordinamento con i reparti di competenza.
- Emissione di ricevute fiscali e chiusura dei POS
- Coordinare e gestire la comunicazione tra i reparti Housekeeping, Ristorante, Bar e Amministrazione, garantendo un flusso informativo chiaro e tempestivo per supportare le attività operative quotidiane.
- Preparare e aggiornare report giornalieri operativi per la gestione dei reparti, da presentare durante il Morning meeting, supportando il management nelle decisioni operative.
- Gestione delle richieste e prenotazioni durante i turni assegnati e controllo dello stock disponibile del hotel.

Altre Mansioni: Svolgere ulteriori compiti assegnati dalla direzione per supportare il corretto funzionamento della reception e garantire un'esperienza eccellente agli ospiti.

Requisiti:

- Esperienza pregressa in strutture di categoria simile.
- Eccellenti capacità comunicative e relazionali, con particolare attenzione al servizio verso una clientela internazionale.
- Conoscenza fluente dell'italiano e dell'inglese; la conoscenza del tedesco sarebbe preferenziale.
- Competenza nell'utilizzo di software per la gestione delle prenotazioni e dimestichezza con strumenti informatici.
- Attitudine al problem-solving e capacità di lavorare in squadra.
- Disponibilità a lavorare su turni, inclusi weekend e giorni festivi.

Offriamo:

- Ambiente di lavoro collaborativo e orientato alla crescita professionale.
- Opportunità di sviluppo e carriera all'interno della struttura.
- Vitto e alloggio inclusi, in base alle esigenze del candidato.
- Pacchetto retributivo interessante commisurato alla esperienza del candidato/a

Se desideri far parte di un team dinamico e professionale, invia la tua candidatura via email a: cvb462@jobintourism.net

Tutti i CV devono essere inviati comprensivi di autorizzazione al trattamento dei dati personali in conformità al Regolamento UE n. 2016/679 - GDPR e saranno utilizzati esclusivamente per la selezione in corso. L'offerta di lavoro si intende riferita ad entrambi i sessi secondo il disposto delle leggi 903/77 e 125/91



Il Dry Martini Sorrento ricerca per la prossima stagione (da Marzo 2025):

Bartender e Commis di Bar.

I candidati interessati possono di inviare CV aggiornato con foto via email a: cvb484@jobintourism.net

Tutti i CV devono essere inviati comprensivi di autorizzazione al trattamento dei dati personali in conformità al Regolamento UE n. 2016/679 - GDPR e saranno utilizzati esclusivamente per la selezione in corso. L'offerta di lavoro si intende riferita ad entrambi i sessi secondo il disposto delle leggi 903/77 e 125/91



Hotel e Ristorante Magdalener Hof – Bolzano

Il **Magdalener Hof**, boutique hotel e ristorante à la carte a **Bolzano**, è alla ricerca di un **Cameriere / Chef de Rang** a tempo pieno con contratto annuale.

Cosa offriamo:

- Inizio immediato.
- Vitto e alloggio inclusi.
- Un team motivato e un ambiente di lavoro dinamico e stimolante.

Requisiti:

- Esperienza pregressa nel ruolo di cameriere o chef de rang in ristoranti di alto livello.
- Buona conoscenza della lingua italiana e inglese.
- Preferibile la conoscenza di base della lingua tedesca.
- Attitudine al lavoro di squadra e attenzione ai dettagli.

Inviare cv via email a: cvb494@jobintourism.net

Tutti i CV devono essere inviati comprensivi di autorizzazione al trattamento dei dati personali in conformità al Regolamento UE n. 2016/679 - GDPR e saranno utilizzati esclusivamente per la selezione in corso. L'offerta di lavoro si intende riferita ad entrambi i sessi secondo il disposto delle leggi 903/77 e 125/91



Posizione aperta: BOOKING AGENT

Sede di lavoro: **Verona, Headquarter Commerciale di Kleos Hotel Group**

Il Kona Hotel di Verona, parte del prestigioso Kleos Hotel Group, è alla ricerca di un/una **BOOKING AGENT** da inserire nel proprio team.

Responsabilità principali:

- Gestione delle prenotazioni e delle richieste di informazioni da parte dei clienti
- Coordinamento con i reparti interni per garantire un servizio di alta qualità
- Gestione dei sistemi di booking online e piattaforme di distribuzione

Requisiti:

- Esperienza di almeno 2 anni nella stessa mansione
- Esperienza in contesti di catene o gruppi alberghieri (titolo preferenziale)
- Ottima conoscenza di almeno due lingue straniere, preferibilmente inglese e tedesco

Offriamo:

- Contratto a tempo determinato/indeterminato (da definire in fase di colloquio)
- Ambiente di lavoro dinamico e in crescita
- Opportunità di sviluppo professionale all'interno di un gruppo alberghiero internazionale

Per candidarsi, inviare il CV aggiornato a cvb496@jobintourism.net indicando nell'oggetto **"Candidatura Booking Agent Verona"**.

Tutti i CV devono essere inviati comprensivi di autorizzazione al trattamento dei dati personali in conformità al Regolamento UE n. 2016/679 - GDPR e saranno utilizzati esclusivamente per la selezione in corso. L'offerta di lavoro si intende riferita ad entrambi i sessi secondo il disposto delle leggi 903/77 e 125/91



IL MIRAGGIO
In Val d'Orcia Relais & Spa

L'albergo il Miraggio in Val d'Orcia è alla ricerca delle seguenti figure professionali per la stagione invernale:

– AIUTO CUOCO, COMMIS DI CUCINA

– **CAMERIERE:** lingua inglese e italiano, esperienza in alberghi di lusso

– **SPA THERAPIST:** lingua inglese e italiano, esperienze in alberghi di lusso

Si prega di inviare cv con foto al seguente indirizzo email:

cvb465@jobintourism.net

Tutti i CV devono essere inviati comprensivi di autorizzazione al trattamento dei dati personali in conformità al Regolamento UE n. 2016/679 - GDPR e saranno utilizzati esclusivamente per la selezione in corso. L'offerta di lavoro si intende riferita ad entrambi i sessi secondo il disposto delle leggi 903/77 e 125/91



Hotel Villa Franca a Positano, ricerca:

- Restaurant Manager
- Assistant Restaurant Manager
- Commis di Sala; Demi Chef de Rang; Chef de Rang
- Personale di Cucina e Pasticceria: Pastry Chef; Demi Chef Pasticceria; Commis de cuisine; Demi Chef de cuisine; Chef de Partie
- Restaurant Hostess
- Seconda Governante
- Cameriere ai Piani
- Responsabile Lavanderia

Clicca sulla figura da te interessata per maggiori informazioni sulla posizione e per l'invio del cv.

Tutti i CV devono essere inviati comprensivi di autorizzazione al trattamento dei dati personali in conformità al Regolamento UE n. 2016/679 - GDPR e saranno utilizzati esclusivamente per la selezione in corso. L'offerta di lavoro si intende riferita ad entrambi i sessi secondo il disposto delle leggi 903/77 e 125/91



******* Preidlhof Luxury DolceVita Resort,**
situato a Naturno presso Merano
(BZ – Trentino Alto Adige), www.preidlhof.com
Per il nostro Hotel 5 stelle Lusso,
cerchiamo per la stagione lunga di 11 mesi da novembre
varie figure professionali:

- **Cameriere/a** (richiesto Tedesco e Inglese B1!)
- **Receptionist** (richiesto Tedesco e Inglese B2!)

Si offre vitto e alloggio gratuito in camera singola.

Inviare la propria candidatura a cvb493@jobintourism.net indicando nell'oggetto la figura per quale ci si candida

Tutti i CV devono essere inviati comprensivi di autorizzazione al trattamento dei dati personali in conformità al Regolamento UE n. 2016/679 - GDPR e saranno utilizzati esclusivamente per la selezione in corso. L'offerta di lavoro si intende riferita ad entrambi i sessi secondo il disposto delle leggi 903/77 e 125/91



Il Don Geppi Restaurant, Sant'Agello, 1 stella Michelin, ricerca per la prossima stagione estiva (Marzo 2025):

- **Chef de Partie,**
- **Commis di cucina,**
- **Pasticciere**

I profili ideali avranno maturato precedenti esperienze lavorative in Ristoranti Stellati o di alto livello o in strutture alberghiere 4/5 stelle, dove l'esperienza gastronomica ed il servizio attento al cliente sono tra gli elementi distintivi.

I candidati interessati possono di inviare CV aggiornato con foto via email

cvb484@jobintourism.net

Tutti i CV devono essere inviati comprensivi di autorizzazione al trattamento dei dati personali in conformità al Regolamento UE n. 2016/679 - GDPR e saranno utilizzati esclusivamente per la selezione in corso. L'offerta di lavoro si intende riferita ad entrambi i sessi secondo il disposto delle leggi 903/77 e 125/91

**Le nostre offerte di lavoro continuano online.
Potete consultarle tutte sul nostro sito
www.jobintourism.it**



Gardaland Resort è una destinazione turistica internazionale con una posizione strategica sul vicino **Lago di Garda**, capace di offrire un'esperienza completa e indimenticabile per ospiti di tutte le età grazie al suo Parco Divertimenti, i tre hotel tematizzati a 4 stelle, LEGOLAND® Water Park Gardaland e Gardaland SEA LIFE Aquarium.

Ricerchiamo profili da inserire nei nostri hotel a quattro stelle per la stagione invernale ma anche per la prossima stagione in partenza a marzo 2025.

In particolare:

– ADDETTI RICEVIMENTO TURNANTE

Facendo parte del team di ricevimento dei nostri 3 Hotel a quattro stelle, ti occuperai delle operazioni di check-in, check-out e di assistenza all'ospite, relazionandoti con clientela italiana ed internazionale.

Requisiti:

- Hai conseguito un diploma e/o laurea in discipline afferenti ai seguenti indirizzi: comunicazione, lingue e turismo.
- Sai parlare fluentemente l'inglese.
- Sei una persona cordiale, propositiva e manifesti ottime doti comunicative; hai un naturale "orientamento al cliente" e apprezzi il lavoro in team.
- Sei una persona attenta, collaborativa e flessibile, dotata di problem solving.
- Un'esperienza pregressa all'interno di strutture di medie e grandi dimensioni può essere un valore aggiunto, ma ciò a cui teniamo di più è che tu voglia imparare e crescere con noi.

– CUOCHI E COMMIS DI CUCINA

Lavorerai in una delle brigate di cucina presenti all'interno dei nostri 3 Hotel a quattro stelle.

Ti occuperai di preparare operativamente il buffet ed i vari servizi/menù richiesti e assicurerai l'implementazione delle procedure e degli standards di qualità. Risponderà direttamente all'Executive Chef e allo Chef Operativo.

Requisiti :

- Sei in possesso di un Diploma di Scuola Alberghiera o un titolo di studio equivalente
- Hai una precedente esperienza in strutture ristorative preferibilmente di medie e grandi dimensioni.
- Sei una persona organizzata, con una buona autonomia nel lavoro e con particolare attenzione alla qualità e al servizio.

– BARISTI

Lavorerai nei bar all'interno dei nostri 3 Hotel a quattro stelle, in un ambiente professionale a vocazione internazionale.

Requisiti:

- Hai precedente esperienza come barista.
- Hai una buona conoscenza della caffetteria e dimestichezza nella preparazione di aperitivi e cocktail.
- Hai buone capacità relazionali, autonomia nel lavoro, particolare attenzione alla qualità e al servizio.
- Hai una buona conoscenza della lingua inglese.
- Sei in grado di adattarti ad un lavoro vivace e stimolante, interagendo positivamente con gli ospiti e occupandoti delle loro necessità.

– CAMERIERI

Lavorerai all'interno del ristorante à la carte dei nostri Hotel a quattro stelle occupandoti delle varie attività dalla presa comande al servizio al tavolo.

Qualifiche ed esperienza

- Hai esperienza nel servizio al tavolo à la carte in strutture ristorative e ricettive alberghiere
- Hai buone capacità relazionali, autonomia nel lavoro e particolare attenzione alla qualità e al servizio.

Costituirà titolo preferenziale la residenza in zona limitrofa alla sede di lavoro.

I nostri benefit:

- Sarai inserito/a in un gruppo di lavoro allegro, capace e coinvolgente, che ti darà la formazione necessaria per svolgere al meglio le tue attività. Offriamo un contratto di lavoro per la stagione invernale e per la prossima stagione 2025 con orario gestito su turni, compresi i weekend (con riposo settimanale) rispetto al calendario di apertura del Resort.
- E' prevista una politica retributiva migliorativa, che comprende una maggiorazione oraria per tutti i contratti di livello base ed un riconoscimento economico per chi ritorna dalla stagione precedente. Per noi è importante valorizzare le competenze e le esperienze acquisite, affinché ogni dipendente possa sentirsi parte integrante del successo collettivo.
- Sistema incentivante STAR, pensato per favorire la collaborazione ed il riconoscimento tra colleghi, che prevede che ogni mese i dipendenti meritevoli, proprio su indicazione del team, ricevano un premio economico e una sorpresa dedicata.
- Durante la stagione avrai modo di partecipare ad alcune opportunità di Team Building e divertenti eventi aziendali dedicati esclusivamente allo Staff
- Avrai a disposizione il Magic Pass, che ti darà diritto ad alcuni ingressi gratuiti per Gardaland e per gli altri parchi Merlin.
- Potrai usufruire di sconti nei punti F&B e Retail presenti all'interno del Resort.
- Per la tua pausa avrai la possibilità di usufruire con un piccolo importo della mensa aziendale o di acquistare il tuo pasto in uno dei punti vendita ad un prezzo agevolato.

Manda la tua candidatura visitando la pagina Lavora con noi (gardaland.it)

Tutti i CV devono essere inviati comprensivi di autorizzazione al trattamento dei dati personali in conformità al Regolamento UE n. 2016/679 - GDPR e saranno utilizzati esclusivamente per la selezione in corso.

L'offerta di lavoro si intende riferita ad entrambi i sessi secondo il disposto delle leggi 903/77 e 125/91