



**LAGO D'ISEO**  
Capo Partita  
a pagina 18



**ROMA**  
Varie Figure  
a pagina 19



**COLLINE ROMANE**  
Operation  
Manager  
a pagina 20

**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



## Il piatto verde: la ristorazione sostenibile, oltre il greenwashing

a pagina 4

### ■ ANALISI

*La cara calda estate italiana*

a pagina 2

### ■ IMMOBILIARE

*Investimenti alberghieri, crescita in frenata*

a pagina 8

### ■ SPECIALE TFP SUMMIT

*Cosa cercano e cosa offrono gli hotel*

a pagina 10



**PEDERSOLI**  
*evoluzione*



info@pedersoli.com



# La cara calda estate italiana

*Dall'aumento dei prezzi alle temperature torride passando per i dossier aperti sul tavolo del Ministero del Turismo: il punto sull'alta stagione italiana*

■ di SILVIA DE BERNARDIN

**È** un primo bilancio fatto di luci, ombre e termometro alle stelle quello che il turismo italiano può stilare a metà di questa alta, caldissima, stagione estiva. Se i numeri generali confermano infatti il consolidamento della ripresa post-pandemia avviato lo scorso anno, permangono le criticità, legate innanzitutto all'inflazione e all'aumento generale dei prezzi, che incidono sulla capacità di spesa delle famiglie.

Secondo l'Osservatorio Nazionale di Federconsumatori, gli italiani che quest'anno partiranno per le classiche vacanze estive sono circa il 39%. La maggior parte (52%) opterà per un soggiorno "ridotto" di 3-5 giorni, magari presso amici o parenti. Una "prudenza" determinata da un lato dalla poca disponibilità economica e dall'altro proprio dal rincaro generalizzato dei prezzi che ha spinto al rialzo i costi delle vacanze. In primis, di quelle al mare, che continuano a essere le preferite dagli italiani: per una famiglia di quattro persone – ha stimato sempre Federconsumatori – una settimana in una località balneare costa mediamente quest'anno 5.781 euro, il 19% in più del 2022. La voce di spesa a maggior incremento è quella legata al pernottamento, con le tariffe delle camere in hotel balneari stimate a +28%. Non a caso, è in crescita l'interesse per le destinazioni montane, che costano mediamente meno e nelle quali anche gli aumenti risultano più contenuti.

A incidere notevolmente sono anche le spese legate ai voli, tanto che ai primi di luglio Mr Prezzi – ovvero il Garante per la sorveglianza dei prezzi – ha convocato le principali compagnie operative in Italia per chiedere riscontri sulle oscillazioni dei costi dei biglietti aerei che – come denunciano da mesi sia gli operatori turistici che le associazioni dei consumatori – continuano a registrare aumenti "anomali", anche fino a +40%, soprattutto su alcune destinazioni come Roma, Milano, Venezia, Palermo, Catania e Cagliari. Le risposte dei vettori ai chiarimenti chiesti dal Garante sono attese per i prossimi giorni, ma è evidente che poco si potrà fare per la stagione in corso.

Vacanze più corte e a budget ridotto, dunque, per molti italiani (se non addirittura cancellate proprio per motivi economici), e con un progressivo spostamento sui più economici mesi spalla dell'estate, come giugno e settembre, sono alcuni dei nuovi trend

## Mancanza di personale e recruiting: i dati di *Job in Tourism*

Ricevimento e food&beverage. È su questi reparti che si sta concentrando, ancora in queste settimane, la ricerca di personale in alberghi, resort e villaggi turistici. A mancare sono soprattutto addetti al ricevimento e, in maniera trasversale, le diverse figure di sala e cucina. Una situazione che interessa, in modo particolare, gli hotel di città e le strutture luxury in campagna. A evidenziarlo sono i dati sulle inserzioni e l'incrocio tra domanda e offerta di lavoro monitorati da *Job in Tourism* negli ultimi mesi. "Anche se ormai siamo nel pieno della stagione, hotel e strutture ricettive continuano a cercare personale perché gli staff non sono ancor completi", commenta l'amministratore delegato di *Job in Tourism*, **Giorgio Caneva**. La situazione è differente rispetto al passato, quando tendenzialmente nel mese di luglio il recruiting rallentava per poi riprendere in autunno in vista della stagione invernale. "Oggi la dinamica è completamente diversa, anche se quest'anno notiamo delle differenze rispetto al 2022. L'estate scorsa le strutture stagionali si sono trovate nel pieno della stagione in grossissima difficoltà per la mancanza di personale. Quest'anno hanno deciso di correre ai ripari muovendosi per tempo, avviando il recruiting con largo anticipo o attivando forme di continuità del rapporto con il personale dello scorso anno". Anche per questo la situazione più critica oggi sembra essere quella degli hotel di città più che delle strutture nelle destinazioni leisure estive. "Le città stanno vivendo un vero e proprio boom di arrivi turistici: una situazione che richiede agli hotel più organico, per tutto l'anno e non solamente nei momenti di picco. Per queste tipologia di strutture, il recruiting è sempre attivo".

In generale, proprio perché la domanda è molto alta il mercato risulta estremamente dinamico: "C'è molta più mobilità delle persone che, se non vedono soddisfatte le proprie richieste o aspettative, rifiutano un'offerta o cambiano posto di lavoro molto più facilmente rispetto al passato". Uno dei nodi principali di questa fase complessa per il recruiting alberghiero rimane quello degli stipendi: "Il personale continua a mancare e, nonostante gli sforzi fatti da molte aziende per quanto riguarda benefit e welfare aziendale, l'Italia rimane meno concorrenziale dal punto di vista delle paghe rispetto all'estero e molti sono quelli che preferiscono partire".

favorevole del cambio euro-dollaro – e dal ritorno progressivo dei turisti cinesi, sul quale si poggiano molte delle aspettative degli operatori per i prossimi mesi.

Il tema dei rincari riguarda chiaramente, anche loro, gli operatori – albergatori in primis – impegnati anche in questa stagione a trovare una quadra tra aumento dei costi, tariffe "giuste", in grado di intercettare la domanda, e qualità del servizio offerto. Solo a fine stagione si capirà su che livelli si sarà attestato il nuovo equilibrio tra incremento dei fatturati e indici di riempimento e se e in che misura l'aumento dei prezzi delle camere che in questo momento sta trainando la crescita dell'hospitality italiana potrà essere sostenuto in futuro.

Quello che già è evidente è che anche quest'anno gli albergatori stanno facendo i conti con una carenza di personale ormai sempre più strutturale: seppure, reduci dall'esperienza dello scorso anno, le strutture stagionali si siano mosse con il recruiting con largo anticipo, turn over e difficoltà a riempire gli staff permangono. Un tema al quale il Governo ha provato a mettere mano nelle ultime settimane con alcuni provvedimenti come il via libera con il Decreto Flussi a 40mila nuovi ingressi di lavoratori stranieri per i lavori stagionali,

anche nel turismo, e il "bonus estate", che riconosce fino a fine settembre un trattamento integrativo del 15% per il lavoro notturno e per gli straordinari.

Sul tema, però, gli operatori continuano a chiedere interventi di natura strutturale che passino, in primo luogo, da sgravi fiscali e riduzione del cuneo fiscale permanenti e interventi sulla formazione per ridurre il cosiddetto *mismatch* tra le competenze in possesso dei lavoratori e quelle effettivamente richieste dalle aziende dell'ospitalità in questo momento. La questione – ha ribadito a più riprese negli ultimi mesi il Ministro del Turismo, Daniela Santanchè – è su tavolo del Governo. Eppure, proprio i guai giudiziari della Ministra e il vacillare della sua posizione al dicastero sollevano non pochi dubbi su cosa succederà da qui all'autunno ai molti dossier aperti sul suo tavolo, che rischiano di veder rallentati i relativi iter. Due esempi su tutti: la regolamentazione degli affitti brevi, rispetto alla quale è iniziato il confronto tra le diverse parti in causa su una prima bozza di proposta di legge del Governo, e l'applicazione della famosa direttiva Bolkestein, dopo il via libera nei giorni scorsi al sistema di mappatura dei beni demaniali, concessioni balneari comprese.

Rimane, infine, un tema sul quale la politica e gli operatori sarebbero chiamati a una seria riflessione dopo quello al quale stiamo assistendo in queste settimane: il clima. Il caldo torrido, le precipitazioni violente, gli incendi che stanno caratterizzando l'estate italiana rendono evidente ancora una volta quanto l'Italia sia fragile ed esposta alle conseguenze del cambiamento climatico. E c'è già chi parla di come l'aumento delle temperature potrebbe impattare a breve termine i flussi turistici estivi dirottandoli dalle mete più note del Centro e Sud Italia altrove, più in alto e più a Nord, lì dove fa meno caldo. Come già per le destinazioni invernali ormai quasi più senza neve, anche per quelle estive è tempo di iniziare a pensare a come adattarsi al clima che sta caldamente cambiando anche il turismo italiano.

”

Secondo l'Osservatorio Nazionale di Federconsumatori la maggior parte degli italiani in viaggio opterà per un soggiorno 'ridotto' di 3-5 giorni, magari presso amici o parenti. Una 'prudenza' determinata da un lato dalla poca disponibilità economica e dall'altro proprio dal rincaro generalizzato dei prezzi che ha spinto al rialzo tutti i costi delle vacanze

dell'estate. Tendenze che non vedranno comunque diminuire di troppo la "pressione" dei flussi turistici sulle destinazioni più note, anche per l'alta domanda da parte dei mercati esteri: gli stranieri sono infatti tornati in gran numero in Italia (l'Enit ha stimato che ad agosto sarà straniero 1 turista su 3), con il forte traino esercitato dagli americani – anche grazie alla congiuntura



”

Sulla mancanza di personale gli operatori continuano a chiedere al Governo interventi di natura strutturale che passino, in primo luogo, da sgravi fiscali e riduzione del cuneo fiscale permanenti e interventi sulla formazione per ridurre il cosiddetto *mismatch* tra le competenze dei lavoratori e quelle effettivamente richieste dalle aziende dell'ospitalità in questo momento



# Il piatto verde

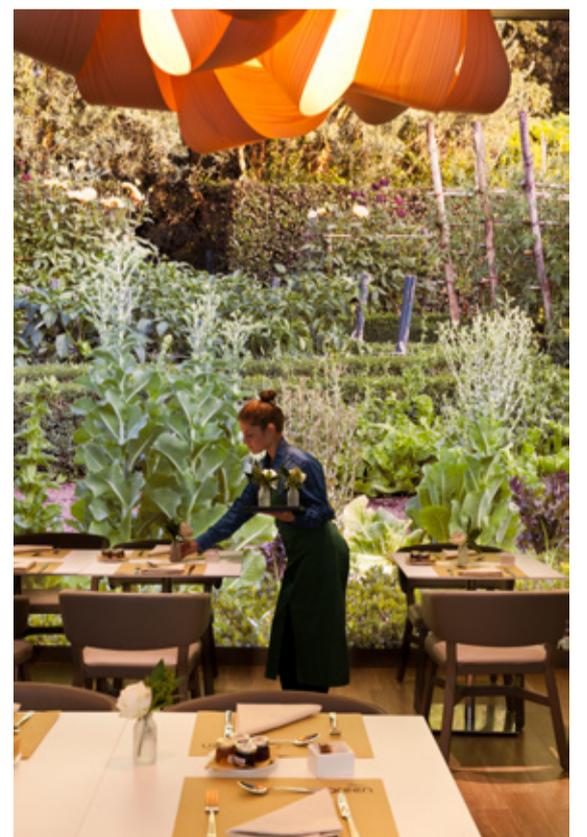
*Elemento sempre più apprezzato dai clienti – ma non ancora driver di scelta effettivo – la sostenibilità al ristorante si declina in tanti modi: l’esperienza di ristoratori e gestori, oltre il greenwashing*

■ di SILVIA DE BERNARDIN

**Sopra e nella pagina successiva,** Clorofilla, ristorante gestito da KIS Management all’interno del Tocq Hotel Milano; **a destra e in copertina,** Orto Green Food & Mood, ristorante dello Starhotels E.c.ho., Milano

**L**a sostenibilità nel piatto. Ovvero? Le analisi sui trend dei consumi mostrano una sempre maggior attenzione degli italiani all’impatto ambientale delle proprie scelte alimentari, ma come si traduce questa maggior sensibilità quando si tratta di mangiare fuori casa? Davvero le persone hanno iniziato a scegliere il ristorante anche in base al suo posizionamento più o meno green? Quali sono le pratiche “sostenibili” applicate oggi dai ristoranti? E, ancora, cosa succede quando il ristorante è quello di un hotel? Ristoratori e gestori di locali all’interno di strutture ricettive che hanno avviato un percorso in tal senso hanno le idee piuttosto chiare in proposito.

“Con lo sguardo privilegiato di chi gestisce 25 ristoranti con diversi posizionamenti vediamo un processo in corso, lungo e costellato di esperimenti. Si tratta di un percorso che integra molti fattori: dimensioni delle strutture, location, tipologia di clientela”, analizza **Sergio Legrenzi**, Amministratore Delegato di Kis Management, società specializzata nella gestione della ristorazione nel settore hospitality. Un primo fattore discriminante – nei ristoranti di alberghi – è rappresentato proprio dalla tipologia di clientela: “In alcuni hotel a target business – prosegue Legrenzi – incidono le policy di sostenibilità delle aziende, diverso è il comportamento del cliente individuale per il quale il driver prevalente è invece il fattore prezzo”. In generale, una proposta identificabile come “green” rappresenta oggi “un elemento di apprezzamento per alcune tipologie di clienti, ma credo sia prematuro considerarlo un driver decisivo”.



**A destra,**  
uno dei primi piatti in menu al  
ristorante del Castello di San  
Gaudenzio, nell'Oltrepò Pavese,  
gestito da HSL Hospitality

Un punto di vista condiviso da **Salvatore Iandolino**, Senior Advisor Food & Beverage della società di consulenza alberghiera HSL Hospitality: “I clienti corporate e le aziende e agenzie che ci contattano in caso di eventi sono molto attenti perché hanno precise policy aziendali per il consumo di acqua, il ricorso alla plastica e all'utilizzo di prodotti da filiera corta, ad esempio. In generale per i clienti individuali non parlerei di driver di scelta, ma di un aspetto sempre più apprezzato”.

Ma quali sono gli elementi ai quali i clienti hanno iniziato a porre attenzione e intorno ai quali, di conseguenza, si sta modellano l'offerta? “Da molto tempo lavoriamo in base a stagionalità e filiera corta – esemplifica Iandolino –. Cerchiamo fornitori locali con allevamenti certificati e abbiamo sperimentato con successo le coltivazioni idroponiche che ottimizzano il consumo del suolo e contengono gli sprechi di acqua. Inoltre, grazie agli chef sperimentiamo proposte e tecniche di cottura che valorizzano gusti e contrasti che non fanno rimpiangere le proteine animali. Per queste ultime adottiamo l'approccio ‘zero sprechi’ utilizzando anche le parti meno nobili per fondi, brodi e preparazioni”.

”

Le difficoltà sono principalmente quelle legate agli approvvigionamenti e ai prodotti, ma molto dipende dalla transizione, cioè da cosa si è a cosa si vuole diventare, per questa ragione parlo di ‘processo’ che, come tale, è composto da passi e tentativi. La scelta della sostenibilità deve essere reale e coerente altrimenti è solo greenwashing e il cliente se ne accorge, con effetti irreversibili

Anche da Orto Green Food&Mood, il ristorante dello Starhotels E.c.ho. di Milano che, già nel nome, esprime chiaramente il proprio posizionamento verso “una clientela cosmopolita ed ecologicamente consapevole, che apprezza molto le pratiche sostenibili”, sono due i fattori principali di awareness individuati ovvero “materiali e materie prime – spiega **Achille Marotta**, COO di Fedegroup, che gestisce in outsourcing il locale –. Sul fronte materiali, la clientela dei ristoranti ha un occhio sempre più attento alla riduzione della plastica, non ama i packaging, le stoviglie o le bottigliette usa e getta. L'impiego dei materiali riciclati o compostabili, all'opposto, è molto apprezzato, non solo per quello che riguarda gli oggetti di consumo, ma anche per quelli utilizzati nelle cucine. Per quanto riguarda, invece, la materia prima, la scelta di prodotti a km zero e di stagione è un fattore fondamentale”.

Attenzione, dunque, soprattutto a ingredienti da filiera corta, riduzione della plastica e dello spreco di cibo e acqua, ma non solo. Anche le scelte in fatto di mise en place, arredi e materiali concorrono all'immagine green del locale: “Laddove possibile – racconta Iandolino – sostituiamo il tovagliato che ha un grande impatto – in termini di utilizzo di acqua e trasporto,



ad esempio – con soluzioni diverse, ma comunque ricercate e funzionali. E anche per quanto riguarda l'utilizzo di detersivi per la pulizia scegliamo prodotti certificati, biodegradabili e concentrati”.

Perché a rendere efficace il posizionamento “sostenibile” del locale verso l'esterno è proprio la coerenza della proposta nel suo insieme, tanto più quando si parla di ristorazione alberghiera: “È fondamentale che tutti i servizi dell'albergo seguano la stessa filosofia e i valori green della struttura. Essere sostenibili – evidenzia **Marco Pratolongo**, General Manager dello Starhotels E.c.ho. – non è solo una questione legata alla scelta di materiali e impianti, ma anche dei servizi offerti agli ospiti”. Ecco, allora, che tra le policy adottate dal suo hotel ci sono sia l'impiego di materiali certificati eco-friendly e di impianti come quello per il riciclo delle acque saponose e dei pannelli solari sia di menu in carta di mais, che riducono del 15% la cellulosa, di app contro lo spreco alimentare come Too Good To Go e la collaborazione con il Banco Alimentare.

Poi, chiaramente, c'è il personale, che “va istruito e preparato con un training. Rispondere in maniera puntuale e cor-

## Green, non solo in hotel

L'approccio green interessa non solamente le strutture ricettive: è fuori dagli hotel, soprattutto, che si costruisce l'esperienza di una ristorazione più attenta alle nuove sensibilità della clientela. “Il tema è divenuto di estrema attualità, la sensibilità degli ospiti verso il green è aumentata in maniera significativa”, conferma **Vincenzo Buttice**, General Manager e Chef del ristorante Il Moro, di Monza. “Apprezzano senza pregiudizi qualsiasi attività posta in essere che sia orientata al rispetto della sostenibilità del sistema Terra. Si nota con maggiore frequenza – osserva – l'attenzione alla provenienza degli ingredienti, alla filiera sostenibile, all'abbattimento dell'uso della plastica e alla gestione dello spreco”. Non a caso, la proposta del locale risulta particolarmente attenta a filiera corta, stagionalità delle materie prime, riduzione dei tensoattivi per le pulizie, risparmio energetico con ricorso a illuminazione a led e riduzione della plastica con, in vista, un piano di investimento per il ricorso strutturale a energia pulita in autoproduzione con i pannelli solari.

L'attenzione alla materia prima e alle proposte meno impattanti a base 100% vegetale caratterizza anche l'offerta dell'Alma Restaurant di Bellaria-Igea Marina: “I menu vegetariani e i piatti vegani – esemplifica la proprietaria, **Katia Foschi** – non sono più un'eccezione, ma parte integrante di un'offerta di un certo livello e, quindi, quasi scontati per gli ospiti. Da parte nostra, non usiamo pesce allevato e congelato e le carni sono di provenienza dei contadini delle nostre colline. Il pane viene fatto internamente con lievitazioni lunghe e naturali, i dolci come base hanno tutti prodotti vegetali proprio per andare incontro a ogni esigenza, ma soprattutto per evitare prodotti animali la dove è possibile senza alterarne il risultato”. Scelte coerenti con le caratteristiche della location, nella quale si può cenare nel prato, anche a piedi scalzi, e dove “tutti gli arredi rispecchiano l'anima green del ristorante: tessuti in cotone e lino, legno e materiali di ceramica, nessuna plastica o componente composito con elementi derivanti dalla plastica o dal petrolio, impianto di riscaldamento e raffreddamento a pavimento, che permette un risparmio energetico notevole, e impianto fotovoltaico, che fornisce energia pulita per alimentare impianti e cucina”.

Focus sul menu – in quattro varianti, uno per stagione con prodotti sempre reperibili e freschi – anche per Classico Trattoria&Cocktail, a Milano. Qui, a far percepire come “verde” il locale, sono non a caso “la presenza di prodotti biologici segnalati nel menu e la lunga esperienza di proposte salutari, in particolar modo a pranzo. Al bar – racconta il proprietario, **Lorenzo Murray** – le centrifughe di frutta fresca sono il classico prodotto percepito sano e sostenibile. La credibilità – sottolinea – non si improvvisa e coloro i quali sono realmente sensibili conoscono i contenuti reali di un approccio sostenibile, quindi è inutile il greenwashing al ristorante”.



**Sopra,**  
Alma Restaurant, Bellaria-Igea Marina;  
**a destra, dall'alto,**  
lo Spaghetto con crema di tarassaco, calamaro mediterrano e polvere di tarassaco servito al ristorante Il Moro, Monza;  
**sotto,**  
Classico Trattoria&Cocktail, Milano

”

Il personale va istruito e preparato con un training. Rispondere in maniera puntuale e corretta alla sensibilità green della clientela, sia essa più o meno alfabetizzata sulla questione ambientale, è fondamentale per la credibilità e la trust sul brand



retta alla sensibilità green della clientela, sia essa più o meno alfabetizzata sulla questione ambientale, è fondamentale per la credibilità e la trust sul brand – evidenzia Marotta -. Non solo. È un’occasione ulteriore per fare informazione, per familiarizzare con buone pratiche e stimolare la sensibilità di un ampio segmento di clienti, tra cui possono esserci alcuni che ignorano il tema o non ne conoscono a pieno la complessità e l’importanza”.

Perché quello che va evitato è innanzitutto il (facile) effetto greenwashing, che è il rischio principale nel quale può incorrere chi voglia cavalcare la tendenza green del momento senza un approccio studiato. “Le difficoltà sono principalmente quelle legate agli approvvigionamenti e ai prodotti, ma molto dipende dalla transizione, cioè da cosa si è a cosa si vuole diventare, per questa ragione – evidenzia Legrenzi – parlo di ‘processo’ che, come tale, è composto da passi e tentativi. La scelta della sostenibilità deve essere reale e coerente altrimenti è solo greenwashing e il cliente se ne accorge, con effetti irreversibili”.

Per questo motivo, un pillar fondamentale è dato dalla corretta narrazione della filosofia f&b che passa, prima ancora che dai social e dal marketing, dallo strumento base della comunicazione con il cliente: il menu, che – concordano tutti – va costantemente aggiornato seguendo la stagionalità dei prodotti e deve riuscire a esprimere al meglio il cuore della proposta del locale. “Il consiglio è essere veri

– conclude Marotta -. Quella di Orto Green Food & Mood, nel nostro caso, non è una politica di marketing o una strategia di comunicazione. L’attenzione per il green non è solo un valore che Orto abbraccia, è la sua purpose, è il dna del brand. Per chi vuole posizionarsi su questi temi è fondamentale comunicare se stessi in maniera veritiera e non sposare una battaglia per moda o opportunismo, ma dimostrando concretamente di dare un contributo alla causa”.

# TFP SUMMIT

**20 SETTEMBRE 2023 VERONA**  
**HOTEL LEON D'ORO**



## TURISMO FORMAZIONE PROFESSIONI

La Job Fair dedicata ai colloqui di lavoro



- Per selezionare figure professionali qualificate (Junior o Senior)



- Per sottolineare la reputazione della tua struttura nell'evento di riferimento nel settore



- Per evidenziare il valore delle risorse umane: People Make Reputation

### LE AZIENDE PRESENTI



**CONTATTACI**

Evento organizzato da:



[www.jobintourism.it](http://www.jobintourism.it)



# Investimenti alberghieri, crescita in frenata

*La performance italiana che batte quella europea, ma anche l'incertezza geopolitica e l'attendismo degli investitori: i dati sul mercato immobiliare alberghiero dal Rapporto 2023 di Castello SGR e Scenari Immobiliari*

■ di GIORGIO BINI

**P**rosegue – seppur con il freno a mano tirato – il trend positivo del mercato immobiliare alberghiero italiano. Nonostante le incertezze del periodo, il Bel Paese ha infatti chiuso il 2022 registrando un incremento del 40% del fatturato complessivo, pari a 3,5 miliardi di euro, a fronte, tuttavia, di un calo del volume degli investimenti rispetto al 2021 del 7% (a quota 1,7 miliardi). Un risultato – dopo il rimbalzo del 2021 – riconducibile al rallentamento causato dal progressivo rialzo dei tassi di interesse da parte della Bce e dal conseguente atteggiamento attendista da parte degli investitori.

È lo scenario che emerge dal Rapporto 2023 sul mercato immobiliare alberghiero presentato nelle scorse settimane da Castello SGR e Scenari Immobiliari in occasione dell'Hotel Forum 2023.

Il report ha evidenziato come, a livello europeo, il mercato degli investimenti sia rimasto pressoché stabile lo scorso anno, chiudendo il 2022 con un fatturato di 20,5 miliardi di euro (erano stati 21,2 nel 2021), bloccato dall'aumento dei costi e dalle crescenti preoccupazioni geopolitiche. Per il 2023 si prevede un ulteriore calo del valore a 19,5 miliardi, con un progressivo aumento a partire dal 2024 (25 miliardi stimati). Guardando, invece, al volume degli investimenti, nel 2022 in Europa si sono toccati i 15 miliardi di euro, con una concentrazione maggiore nella prima metà dell'anno, in diminuzione di circa il 10% sul 2021. “L'aspettativa generalizzata di un calo dei prezzi, anche per il patrimonio immobiliare di buona qualità – evidenzia il Rapporto – è stata al momento disattesa, grazie non solo all'aumento delle prestazioni degli indicatori, ma per la pressione esercitata dall'inflazione sui canoni”. L'interesse è in aumento “per alberghi meno esposti all'incremento

”  
Nonostante le incertezze del periodo, il Bel Paese ha chiuso il 2022 registrando un incremento del 40% del fatturato complessivo, pari a 3,5 miliardi di euro, a fronte, tuttavia, di un calo del volume degli investimenti rispetto al 2021 del 7% (a quota 1,7 miliardi)

dei costi, per variazione del prezzo dei beni e generiche pressioni inflazionistiche, necessità di manodopera meno specializzata inferiore e ridotte spese operative. Dall'altro – evidenzia ancora il documento – permane l'attenzione per le località turistiche classiche e storiche, sostenute nel 2022 dalla forte ripresa della domanda per il tempo libero e da spazio limitato per l'entrata di nuovi attori da parte dell'offerta". Le transazioni hanno interessato alberghi di tutti i segmenti di offerta, con una quota maggioritaria relativa alla classe dei quattro stelle: negli ultimi 18 mesi hanno riguardato in totale 430 strutture, ripartite in circa 255 transazioni, per un totale di poco più di 65.625 camere.

“Il 2023 – ha commentato **Francesca Zirnstein**, Direttore generale di Scenari Immobiliari – è iniziato in modo positivo per il mercato immobiliare alberghiero europeo. L'attività degli investitori è aumentata dopo la limitata intensità del 2022, con un incremento delle allocazioni nel comparto, rispetto al primo trimestre dello scorso anno, superiore al 15% che porta a quattro miliardi di euro di patrimonio investito. Tra gli operatori continua a vigere un discreto ottimismo con un livello di sicurezza proporzionale alle caratteristiche del segmento, massimo per il lusso, minimo, ma comunque sufficiente, per le strutture economy. La solida ripresa dei flussi turistici e la rimessa a sistema del patrimonio immobiliare non ha provocato l'effetto sperato dal lato degli investimenti istituzionali. Il segmento nel



2022 – ha aggiunto – è stato formato per poco meno dell'80% da soggetti europei che con gli investitori cross-border, tra i quali è stato evidente il ritorno della domanda asiatica, hanno riguardato per tre quarti immobili unici e per un quarto portafogli”.

In questo scenario, si inserisce il caso italiano, segnato da un netto incremento del fatturato generato dalle transazioni che – ha osservato **Giampiero Schiavo**, CEO di Castello SGR – “è senza dubbio un segnale incoraggiante. Vista l'incertezza che caratterizza questo momento storico – ha però evidenziato – è necessario comunque che tutti gli attori del mercato, ognuno nel proprio ruolo, continuino a impegnarsi soprattutto su due direttrici: rendere maggiormente attrattivo l'intero territorio nazionale, anche attraverso un rafforzamento delle infrastrutture, e continuare a rinnovare il patrimonio alberghiero italiano per essere maggiormente attrattivi sul versante del turismo internazionale”.

Andando nel dettaglio delle operazioni, le allocazioni degli ultimi 18 mesi hanno riguardato in Italia poco più di 80 strutture ricettive tre stelle (26%), quattro stelle (41%) e cinque stelle (32%), per un totale di oltre 4mila camere solamente nel corso del 2022. “Una parte delle transazioni –

ha rilevato il Rapporto – ha continuato a interessare location consolidate come Milano, Roma, Venezia, mentre le altre hanno agito in città secondarie e ambiti territoriali ‘periferici’ potenzialmente attrattivi ma caratterizzati da fondamentali socio-economici quasi esclusivamente correlati a forme di turismo spiccatamente stagionalizzato o marcatamente connotato dal punto di vista esperienziale”.

In totale – ha calcolato infine il Report – lo stock residenziale in Italia ammonta a circa 35,4 milioni di unità. Parte di esso viene oggi dedicato all'affitto breve per ragioni di svago e di lavoro: una parte riguarda i bed & breakfast (a livello nazionale il numero di strutture risulta pari a oltre 33mila unità), una quota riguarda 120mila appartamenti privati gestiti da società strutturate in maniera professionale mentre la porzione più consistente (465mila appartamenti) riguarda immobili di proprietà di privati immessi sul mercato della locazione breve con gestione autonoma. Un segmento sul quale continua a crescere l'interesse degli investitori.

”

Vista l'incertezza che caratterizza questo momento storico, è necessario che tutti gli attori del mercato continuino a impegnarsi soprattutto su due direttrici: rendere maggiormente attrattivo l'intero territorio nazionale, anche attraverso un rafforzamento delle infrastrutture, e continuare a rinnovare il patrimonio alberghiero italiano per essere maggiormente attrattivi sul versante del turismo internazionale

## JOB in TOURISM

[www.jobintourism.it](http://www.jobintourism.it)

**Direttore editoriale:**  
Antonio Caneva

**Direttore responsabile:**  
Fabrizio Garavaglia

**Coordinatrice redazionale:**  
Silvia De Bernardin  
[redazione@jobintourismeditore.it](mailto: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](mailto: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](mailto: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



# Figure, skills e politiche HR: ecco cosa cercano e cosa offrono gli hotel

*Torna il nostro appuntamento con le aziende protagoniste a settembre dell'edizione di Verona di TFP Summit – Turismo Formazione Professioni*

■ a cura di SERENA MASSA

**N**uovo appuntamento della nostra rubrica dedicata a [TFP Summit – Turismo Formazione Professioni](#), la job fair dell'ospitalità e del turismo organizzata da *Job in Tourism* che il prossimo 20 settembre farà tappa a Verona. Anche questa settimana incontriamo i responsabili HR e commerciali di alcuni degli hotel e dei gruppi alberghieri che parteciperanno alla manifestazione, che qui ci illustrano le principali figure ricercate, le skills e i profili più ambiti, ma anche gli elementi che contraddistinguono le loro politiche HR, gli obiettivi e le modalità del recruiting dei candidati che parteciperanno ai colloqui di lavoro durante la job fair.

## Hotel Co 51



### Le figure ricercate

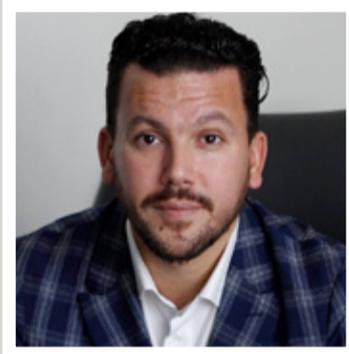
Parallelamente all'espansione di Hotel Co 51 nei principali mercati europei, prosegue anche la nostra ricerca di nuovi talenti per posizioni aperte in tutta Europa, in particolare per: Addetto al Ricevimento, Barista, Cameriere di Sala, Capo Partita, Capo Partita Colazioni, Reception Supervisor, Restaurant Manager, Shift Leader.

### Profilo e competenze richieste

Le skills richieste sono un'ottima conoscenza della lingua inglese, propensione a lavorare in ambienti multiculturali, massimo rispetto per ogni orientamento sessuale, religioso o politico. E, ancora, l'essere accoglienti, curiosi, positivi. Tra i vantaggi di un'esperienza con Hotel Co 51 c'è la possibilità di lavorare con un'azienda che ha, tra i valori che ne ispirano l'identità, inclusione e responsabilità sociale. Siamo orgogliosi di poter dire che il nostro personale rispecchia la nostra clientela: chiunque è benvenuto, senza alcuna limitazione.

### Perché lavorare con Hotel Co 51

Siamo in continua espansione e, in questo contesto di crescita, la ricerca di nuovi talenti e figure professionali è fondamentale. Il Gruppo crede fortemente nelle risorse umane e dà priorità all'onboarding experience. Tutto il team viene supportato sin da prima del proprio ingresso in squadra e poi anche immediatamente dopo con programmi ad hoc di mentoring e training. Una formazione sul campo che apre ampie possibilità di crescita anche fuori Italia. Grazie alle continue aperture in tutta Europa possiamo offrire possibilità di spostarsi a coloro che volessero affrontare nuove sfide all'estero.



**Salvatore Fiorenza**, Regional Director of Operations di Hotel Co 51 per Italia e Paesi Bassi

## Hotel Leon d'Oro



### Le figure ricercate

Stiamo ricercando Addetti al Ricevimento che abbiano esperienza in hotel 4 o 5 stelle e un'ottima padronanza della lingua inglese e di una seconda lingua. Inoltre, Camerieri di Sala e Commis de Cuisine con pregressa esperienza di almeno due anni.

### Profilo e competenze richieste

Partendo dal presupposto che l'Hotel Leon d'Oro è un 4 stelle superior caratterizzato da una spiccata componente business, ma che non trascurava la parte di turismo leisure, la vivacità di spirito e il sapersi interfacciare con queste due realtà sono sicuramente alcune delle doti che vengono apprezzate. La clientela business ha bisogno di competenza, non ama perdere tempo in inutili lungaggini e sa esattamente quello che vuole. Nello stesso momento, un cliente leisure ha la necessità di essere coccolato, accolto e ascoltato.

Il saper trovare il giusto equilibrio per approcciarsi al meglio a tutti i nostri ospiti è indice di professionalità e competenza ed è questo che può fare la differenza. La capacità di lavorare in un team e un atteggiamento solare sono requisiti fondamentali.

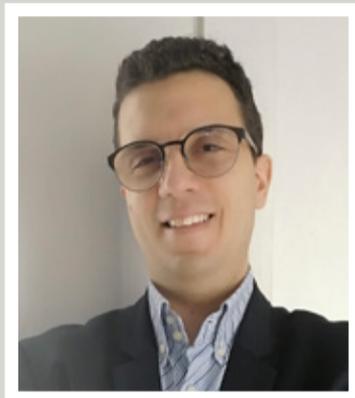


### Perché lavorare con Hotel Leon d'Oro

La nostra realtà è da sempre molto attenta alla soddisfazione del personale interno. La scelta di non avvalersi più di aziende esterne per la ristorazione, ma di procedere con l'assunzione diretta del personale di sala e cucina ne è una prova. La forza di un gruppo coeso e motivato ci ha portato a ottenere ottimi risultati e ci ha dato la consapevolezza di aver intrapreso la strada giusta.

**Barbara Marini**, Responsabile Commerciale di Hotel Leon d'Oro

## Lungolivigno Hotel&Fashion



### Le figure ricercate

Tra le principali figure che ricerchiamo per la prossima stagione invernale troviamo posizioni interessanti come Operation Manager, Food & Beverage Manager, Restaurant Manager, Bar Manager, Front Office Manager, Segretarie/i di Ricevimento, figure di Sala/Bar, Barman/Barlady, figure di Housekeeping.

### Profilo e competenze richieste

Tra le competenze che un candidato deve possedere per collaborare con Lungolivigno, grande attenzione è riservata alle cosiddette "soft skill": sicuramente una forte motivazione, la passione per questo lavoro, la cultura nell'ospitalità, la capacità di adattarsi velocemente e di essere versatile. Precisione, affidabilità, autonomia e spirito di intraprendenza sono caratteristiche molto apprezzate. Completano e arricchiscono il quadro le "hard skill", con le conoscenze linguistiche sempre più importanti, esperienze in contesti ricercati e percorsi di studio in linea con il settore. L'esperienza pregressa è sicuramente un plus, ma siamo felici di impostare percorsi di crescita anche per chi è all'inizio della propria carriera.

### Perché lavorare con Lungolivigno Hotel&Fashion

La nostra forza e la nostra energia sono il nostro staff, con la passione, l'entusiasmo e l'impegno a dare il massimo. La politica Human Resources del Gruppo Lungolivigno Hotel&Fashion mette le persone al centro, ci prendiamo cura di loro, del loro benessere in ogni momento; crediamo molto nelle nostre persone, promuoviamo la fiducia, la trasparenza e la collaborazione, con l'obiettivo di creare un ambiente di lavoro positivo, motivante e sicuro per il raggiungimento di risultati eccellenti. Promuoviamo la salute e la sicurezza sul posto di lavoro, non discriminiamo nessuno e ci impegniamo ad assicurare un'equa remunerazione. Siamo una grande famiglia capace di accrescere il percorso formativo professionale dei talenti che compongono Lungolivigno. Siamo orgogliosi del lavoro che svolgiamo, di come ci presentiamo e di come comunichiamo con i nostri ospiti e i nostri colleghi; lavoriamo come una squadra, con i colleghi di tutti i reparti per offrire la massima qualità del servizio in tutte le occasioni. Trattiamo clienti e colleghi con dignità e rispetto. Tutti sono importanti.

**Mattia Ronco**, Human Resources Manager di Lungolivigno Hotel&Fashion

## Residence Hotels



### Le figure ricercate

Le figure ricercate nelle diverse strutture del gruppo in Val Gardena, Val di Fassa, Madonna di Campiglio e San Martino di Castrozza sono quelle di Segretaria d'Albergo, Capo Ricevimento, Governante, Cameriere di Sala, Chef, Barista, Addetto alle Colazioni, Pasticcere, Cameriere ai Piani.

### Profilo e competenze richieste

A seconda del profilo, sono richiesti buona conoscenza delle lingue (inglese e tedesco), buone capacità organizzative e di coordinamento, attitudine al lavoro di gruppo, propensione al problem solving e al sorriso, conoscenza della Suite Scigno (Gpdati), doti di precisione, amore per l'ordine, cura per il dettaglio, attenzione al food cost, esperienza pregressa nella mansione.

### Perché lavorare con Residence Hotels

Nella filosofia aziendale i nostri dipendenti sono i nostri clienti interni e per questo cerchiamo di permettere a tutti di lavorare in un clima disteso, professionale e appagante. Crediamo molto nella formazione del personale, prevediamo dei periodi di training iniziale, dei corsi di formazione interna o con consulenti esterni, la possibilità di fare carriera grazie anche ai diversi tipi di strutture che abbiamo. Il nostro obiettivo è quello di far affezionare i dipendenti a noi prevedendo anche dei contratti con la doppia stagionalità.

**Piera Chizzola**, Responsabile della Selezione del Personale di Residence Hotels

## San Clemente Palace Kempinski - Venice



### Le figure ricercate

Cerchiamo le ambasciatrici e gli ambasciatori della cura dell'accoglienza in un ambiente stimolante e ricco di opportunità anche per il futuro. Il San Clemente Palace è un hotel ad apertura stagionale, da metà marzo a metà novembre. Come HR office sosteniamo le carriere e, dopo una buona stagione a Venezia, accompagniamo il percorso nel brand Kempinski per un'eventuale esperienza invernale altrove, per poi tornare a Venezia l'estate successiva. Nello specifico, cerchiamo: il/la Front Office Manager, il/la Guest Relation Manager, il/la Sales Manager, il/la Night Manager, il/la Bar Manager, il/la F&B Manager.

### Profilo e competenze richieste

Tra i requisiti richiesti, è considerato preferenziale aver visto un po' di mondo e aver fatto esperienza in qualche compagnia internazionale operante nel lusso, conoscere Venezia e averci lavorato, almeno per una stagione in un hotel di alta gamma o lusso, affrontare ogni cambiamento come opportunità con resilienza, curiosità, spirito di squadra. Il San Clemente Palace è considerato il rifugio

veneziano per eccellenza dagli ospiti: il nostro obiettivo è quello di far vivere loro un'esperienza appagante e che superi le aspettative, con la prenotazione del futuro soggiorno veneziano già in tasca. È, inoltre, richiesta una buona dose di intuito e creatività. In termini di competenze tecniche guardiamo a una buona conoscenza, specifica per reparti, dei sistemi operativi e gestionali (Opera, Navision, Micros), a una buona conoscenza di una o più lingue straniere e, al contempo, a un'ottima padronanza della lingua italiana, a una buona conoscenza della città di Venezia dove operiamo, della sua storia e tradizioni. Tra le soft skills sono apprezzate precisione e cura dei dettagli, empatia, problem solving, il saper ascoltare e la capacità di relazione in un ambiente multiculturale e multietnico.



### Perché lavorare con San Clemente Palace Kempinski - Venice

La nostra ricetta? Vivere l'isola come una grande famiglia e condividere una visione fatta di storia e tradizione. Il tutto per un obiettivo comune: offrire il miglior servizio in uno degli hotel più belli e iconici, con l'ambizione di diventare il miglior hotel in tutto il Mediterraneo. Una "ricetta" che vede insieme Permak Group, proprietario dell'isola, gruppo internazionale attivo nell'industria, nelle costruzioni e nel turismo da mezzo secolo, Kempinski, il brand a cui San Clemente Palace appartiene, catena internazionale che opera nel lusso dal 1897, e il team multiculturale proveniente da diverse esperienze, che deve essere capace di trovare soluzioni alle richieste, a volte le più ricercate, in maniera rapida ed efficiente, tale da rendere il soggiorno dell'ospite un momento unico e irripetibile – noi li chiamiamo "My Moments". Il tutto in un'isola grande come quasi dieci campi da calcio, a dieci minuti da San Marco, che a volte sembrano un'eternità.

**Carlotta Vazzoler**, HR Strategic Manager di San Clemente Palace Kempinski - Venice



# HR Search

Finance  
Tourism  
Hospitality  
RECRUITMENT



## AREA RECEPTION

- FRONT OFFICE MANAGER Hotel 5\* in Toscana
- ASS GUEST RELATION MANAGER Hotel 5\* a Milano
- GUEST RELATION MANAGER per Gruppo alberghiero in provincia di Padova

## AREA F&B

- ASS ROOFTOP MANAGER Hotel 4 \* sul Lago di Como
- MAITRE per Gruppo alberghiero in provincia di Padova
- RESTAURANT MANAGER Hotel 5\* a Venezia
- F&B MANAGER per Gruppo alberghiero a Venezia.

## AREA CONTABILITA'

- ACCOUNTS PAYABLE Per Hotel 5\* a Milano
- SENIOR ACCOUNTANT Per Hotel 5\* a Milano
- ECONOMO Per Hotel 4\* in Calabria
- SALES MANAGER Per Hotel 4\* in Calabria

## AREA SPA

- SPA DIRECTOR per Hotel 5\*a Milano

## AREA MANAGEMENT

- OPERATION MANAGER Hotel 5\* in Toscana.
- ROOM DIVISION MANAGER settore affitti brevi a Milano.
- HR MANAGER Hotel di catena in Sardegna.

PER MAGGIORI INFO: [www.hrsearch.it](http://www.hrsearch.it) - INVIA IL TUO CV A: [jobs@hrsearch.it](mailto:jobs@hrsearch.it)

# Se il cameriere diventa venditore: un libro spiega come farlo

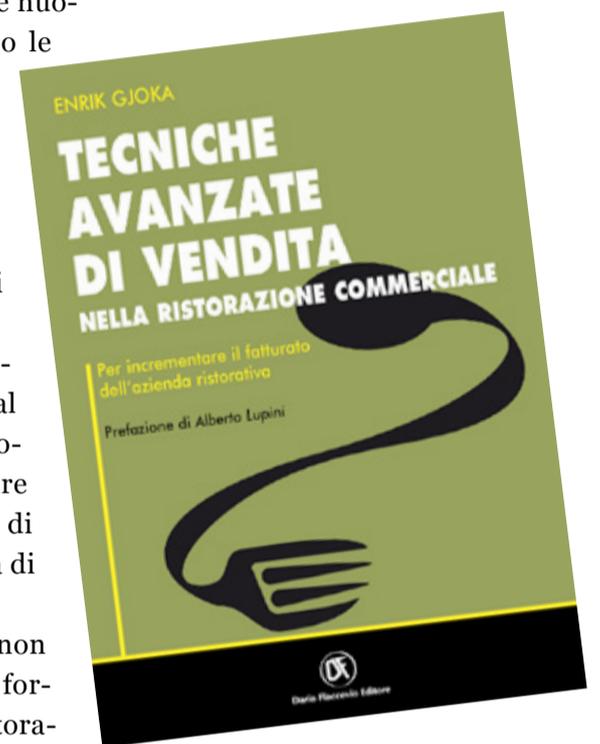
**C**ome integrare la figura classica del cameriere con le nuove dinamiche dell'industria ristorativa? Quali sono le nuove competenze richieste nel lavoro ristorativo e come sfruttarle al meglio per aumentare il fatturato e lavorare al meglio?

Sono le domande al centro di "Tecniche avanzate di vendita nella ristorazione commerciale", il nuovo manuale del consulente Enrik Gjoka, in uscita per Dario Flaccovio Editore in questi giorni, disponibile sia in libreria che attraverso i canali online.

Nel manuale l'autore descrive e spiega in cosa consistono le tecniche di vendita e illustra nel dettaglio come il sapere acquisito dal personale di sala possa essere attuato e implementato nella gestione operativa dell'impresa di ristorazione e quanto esso possa influire sull'incremento del fatturato. Obiettivo: dare al ruolo dell'operatore di sala l'attenzione che merita per rafforzare la qualità e la competitività di ogni azienda attiva nel campo della ristorazione.

Il manuale tratta in dettaglio tecniche e metodologie che spesso non vengono insegnate negli istituti alberghieri o nei corsi di formazione forniti dalle aziende del settore. "Nel mercato labour intensive della ristorazione è l'insieme di competenze e capacità delle risorse umane impiegate nel personale di sala a determinare il successo o il fallimento di un'attività.

Questo libro – spiega l'autore – propone un salto di paradigma trasformando la figura dell'operatore di sala da tecnico del servizio a consulente di vendita tramite l'apprendimento delle tecniche di vendita a dettaglio".



## MOVIMENTI a cura di Beatrice Penzo



### Chi

**Laura Rodio**, Direttrice Group Desk STARevents di Starhotels

Laura Rodio è la nuova direttrice del Group Desk STARevents, la divisione che gestisce le richieste MICE per tutti gli hotel del Gruppo Starhotels. Nella sua carriera Rodio ha maturato un'esperienza ventennale negli eventi e nella direzione d'hotel. In Starhotels, dal 2015

al 2019 ha ricoperto il ruolo di General Manager presso lo Starhotels Du Parc di Parma per poi trasferirsi negli ultimi anni alla guida dei tre fiorentini Starhotels Michelangelo, Tuscany e Vespucci, strutture di riferimento per l'organizzazione di meetings ed eventi di grande rilievo nel capoluogo toscano.

### Come

"Leva strategica di business per il Gruppo, dopo due anni fortemente impattati dall'emergenza sanitaria, oggi il MICE è in forte ripresa con una crescita, nel 2022, del 4,8% sul 2019. Il Group Desk centralizzato –

dichiara Starhotels – ha addirittura fatto registrare una crescita record del 67% rispetto al 2019. Da qui, la decisione di consolidare e potenziare il team STARevents, che gestisce le richieste MICE per tutti gli hotel del Gruppo dalla sede centrale di Firenze, affidandone la guida a Laura Rodio. La sua grande professionalità e le competenze acquisite negli anni garantiranno una sempre maggiore attenzione alle esigenze del cliente e una costante crescita professionale di tutto il reparto eventi".



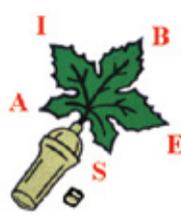
Bernardo Ferro

**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 Donnalioa

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



Andrea Pinchetti

**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



Sebastiano Pira

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



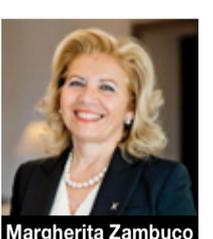
Luciano Manunta

**A.I.R.A.**  
 Associazione Italiana Ricettività  
 e Accoglienza  
 02 5455041 - 338 1640672  
 www.airaonline.it



Giuseppe Cranchi

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

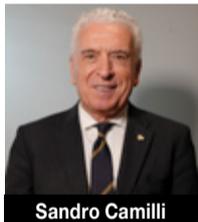


Margherita Zambuco

**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 Derflingher

**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.lechiavidoroitalia.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

## Turismo family-friendly: early booking e richieste per i pet i trend dell'estate. Mare prima destinazione, ma cresce l'interesse per la montagna



Un "quadro sfaccettato", che vede crescere l'interesse per le vacanze in hotel e per la montagna, la propensione a prenotare il soggiorno con maggiore anticipo e l'importanza di attività esperienziali sia per i grandi che per i piccoli che trascendono la sola dimensione del relax. È quello che emerge dall'analisi dei preventivi effettuati per l'estate sul portale di Italy Family Hotels, consorzio che riunisce 140 strutture family-friendly italiane.

Il network ha registrato un incremento delle prenotazioni del 13% nel periodo giugno-settembre rispetto agli stessi mesi dello scorso anno, con il mare che continua a essere destinazioni prediletta dal 79,6% delle famiglie. Cresce, tuttavia, l'interesse per la montagna, con un +29,2% di richieste rispetto al 2022, e la maggiore considerazione guadagnata dal lago come meta estiva, che registra il 10,9% di richieste.

Tra le preferenze durante il soggiorno, rimangono importanti per le famiglie con bambini l'accesso a spiaggia privata e direttamente sul mare, la piscina dedicata e quella con l'acquascivolo e l'animazione divisa per fasce di età. Tuttavia, aumentano soprattutto le domande relative alla disponibilità di SPA (+20%) e del wellness per bambini (+15%), dei laboratori creativi (+15%), delle visite didattiche (+56%) e delle

attività a contatto con la natura: segno che, in vacanza, non si cercano solo relax e svago, ma anche esperienze da ricordare, incluse quelle per i più piccoli. Aumenta poi la richiesta di portare con sé il proprio animale domestico: con 570 domande a corollario della richiesta di preventivo, questo tipo di esigenza ha registrato un +22% rispetto al 2022.

In fatto di booking, Italy Family Hotels rileva come le famiglie italiane si stiano avvicinando sempre più alla prenotazione anticipata, analizzando e confrontando più offerte prima di prenotare. Infine, attenzione ai costi e più possibilità di lavorare in smart-working e di pianificare le ferie liberamente rispetto al passato: quest'anno ben 470 domande a corollario della richiesta di preventivo inviata al portale manifestavano flessibilità per le date di soggiorno a condizione di ricevere un'offerta migliore – un numero sensibilmente superiore a quanto registrato negli anni passati.

## Nuove aperture luxury per Mangia's e VRetreats in Sicilia e Sardegna

Continuano gli investimenti sul luxury dei brand Mangia's e VRetreats. Il primo – dopo quella del [Mangia's Brucoli Resort](#) – ha infatti annunciato la riapertura del 5 stelle Mangia's Santa Teresa Resort, di proprietà della joint venture Insulae tra il gruppo e Hotel Investment Partners (HIP). Come nel caso del resort siciliano, anche quello sardo ha riaperto le porte agli ospiti per la stagione dopo un ampio intervento di riqualificazione da 12 milioni di euro che ha interessato il rifacimento delle 199 camere e la predisposizione di nuovi servizi, tra cui piscina, centro benessere, palestra, campo da tennis, sport acquatici (SUP e canoa), giardini paesaggistici e parcheggio. Tra le novità della prossima estate 2024, è prevista anche la realizzazione di un nuovo Beach Club in prossimità della struttura.

In Sardegna si trova anche il nuovo albergo che arricchisce la collezione di VRetreats, brand di hôtellerie di VOIhotels, catena alberghiera del gruppo Alpitour World. Si tratta dell'hotel Cala Cuncheddi, a Capo Ceraso, a 12 km dall'aeroporto di Olbia. Composto da 85 camere, di cui 6 nuovissime Suite e 4 Deluxe, la struttura è immersa in un parco privato di ulivi secolari e alberi di mirto non lontano dalla baia di Li Cuncheddi, da cui prende il nome. Un'acquisizione che segue, anche in questo caso, un'apertura siciliana, la terza per VRetreats sull'isola: si tratta dell'[Hotel Roma](#), a Ortigia, ospitato in un albergo del 1880, incastonato tra la cattedrale e l'arcivescovado, con affaccio sulla centralissima piazza Minerva.





**L'Albereta Relais & Chateaux**, Resort 5 stelle lusso situato tra le colline della Franciacorta nei pressi del **Lago di Iseo** in provincia di Brescia, ricerca un cuoco **CAPO PARTITA** per il ristorante interno alla Struttura, il Leone Felice Vista Lago.

La figura risponderà direttamente all'Executive Chef Fabio Abbattista ed al Sous Chef.

– Skills richieste:

- Capacità di organizzazione;
- Capacità di gestire gli approvvigionamenti e gli ordini alimentari;
- Gestione della linea e della materia prima;
- Saper cucinare secondo le indicazioni dell'executive Chef.
- Curare la presentazione e la guarnizione dei piatti;
- Disponibilità a lavorare su turni, nei weekend e nei giorni festivi;

È richiesta pregressa esperienza in ristoranti di pari livello.

L'assunzione è finalizzata al tempo indeterminato e su richiesta e necessità è possibile valutare l'offerta di vitto e alloggio.

Si prega di inviare la propria candidatura via email all'indirizzo:

**cvrf015@jobintourismeditore.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

## RHINOCEROS™

ESTABLISHED IN VELABRO ROMA

**Rhinoceros** è un palazzo progettato e realizzato dall'Atelier Jean Nouvel a Roma. È sede di 25 appartamenti di lusso, una galleria d'arte con spazi espositivi, tre meravigliose terrazze ed un ristorante.

Ogni appartamento, unico e personalizzato, ha affacci privilegiati sull'area monumentale della Roma classica, alle pendici del Palatino.

È un ritiro esclusivo per celebrità del mondo del cinema e dell'arte ed offre una galleria aperta alla città.

Per ampliamento del nostro organico, siamo attualmente alla ricerca dei seguenti profili:

### FRONT DESK /GUEST RELATIONS AGENTS

Caratteristiche fondamentali richieste:

- Background in strutture a 4/5 stelle.
- Passione per l'Ospitalità.
- Interesse per il mondo dell'arte.
- Presentazione impeccabile.
- Essere intuitivi, creativi e discreti.
- Attenzione ai dettagli.
- Flessibilità e passione per l'eccellenza.
- Il desiderio e disponibilità a lavorare in Team.
- Ottima conoscenza della lingua inglese e di una seconda lingua.

Si prega inviare la propria candidatura al seguente indirizzo email:

**cvre989@jobintourismeditore.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



**Il Marriott Grand Hotel Flora – Roma – è alla ricerca delle figure professionali:**

#### FACCHINO AI PIANI

Si richiede:

- Serietà;
- Orario di lavoro su turni e secondo le esigenze aziendali;
- Flessibilità;
- Disponibilità a lavorare weekend e festivi;
- Capacità di gestire il lavoro in autonomia;
- Gestione della priorità;
- Lavoro di squadra;
- Gradita conoscenza lingua inglese ed esperienza pregressa nel settore alberghiero.

Il candidato si occuperà:

- Pulizia aree pubbliche;

- Carico e scarico biancheria in entrata e in uscita;
- Lavori di facchinaggio (smontaggio tende, sistemazione spesa albergo, ritiro spazzatura dagli office etc ... );
- Evasione richieste giornaliere ai piani ( culle, terzi letti, cuscini etc.).

Offriamo:

- Contratto di lavoro a termine full time, 12 mesi;
- Inserimento immediato.

#### FACCHINO IN TURNO NOTTURNO

Il candidato si occuperà:

- Movimentazione bagagli;
- Pulizia aree comuni.

Richieste ospiti

- Si richiede serietà e responsabilità, buono standing, cordialità orientata alla cura dell'ospite;
- Organizzazione e gestione delle priorità nello svolgimento del lavoro assegnato;
- Gradita conoscenza lingua inglese ed esperienza pregressa nel settore alberghiero.

Offriamo

- Contratto di lavoro a termine full time, 12 mesi;
- Inserimento immediato;
- Appliciamo CCNL Turismo Confcommercio.

La struttura non ha la possibilità di fornire alloggio.

I candidati possono inviare CV corredati di foto all'indirizzo: **cvrf018@jobintourismeditore.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



Masseria Calderisi per la stagione 2023 ricerca staff per ricevimento: **Night Auditor**; cucina: **Chef de Partite**; ristorazione: **Commis de Bar**; da inserire all'interno del proprio organico che, oltre a svolgere le consuete mansioni previste dal ruolo, abbiano una particolare inclinazione per la soddisfazione dell'ospite, anticipandone le necessità e dimostrando viva attenzione per la cura dei dettagli.

## NIGHT AUDITOR

- Accoglienza dell'ospite, gestione delle procedure di check-in e check-out in orario notturno;
- Quadratura di cassa; Controlli pre e post chiusura giornaliera;
- Chiusura ed adempimenti vari;
- Ottima conoscenza parlata e scritta della lingua inglese;
- Richiesta esperienza di almeno 5 anni nella stessa posizione;
- Costituirà titolo preferenziale la conoscenza del gestionale "Direct Holiday".

## CHEF DE PARTIE

- Preparare e supervisionare la preparazione, la cottura e la presentazione dei piatti;
- Passione per il servizio e ambizione nella crescita professionale;
- Attitudine al lavoro di squadra;
- Richiesta esperienza nella stessa posizione da almeno 3 anni.

## COMMIS DE BAR

- Passione per il servizio e ambizione nella crescita professionale;
- Attenzione nei dettagli;
- Conoscenza della lingua inglese;
- Richiesta esperienza nella stessa posizione.

Luogo di lavoro: Monopoli.

Si prega di inviare la propria candidatura via email all'indirizzo:

[cvrff023@jobintourismeditore.it](mailto:cvrff023@jobintourismeditore.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

## Hotel 5 stelle Affermato in Costiera Amalfitana cerca **General Manager**.

Il candidato deve avere esperienza pluriennale in hotel di lusso, sia essi indipendenti meglio ancora se brandizzati. Dinamico, operativo, spiccato senso della gestione hotel in tutti i dipartimenti e capacità di sviluppo.

I dettagli di come si intende impostare la collaborazione saranno forniti ai CV selezionati nel colloquio di conoscenza, fase in cui sarà richiesta massima riservatezza con accordo siglato.

I candidati ritenuti idonei saranno contattati a partire dal 16 ottobre 2023.

Inserimento entro primi 10 giorni di gennaio 2024.

Inviare la propria candidatura correlata da foto e tutti i dettagli possibili ed aggiornati all'indirizzo: [cvre956@jobintourismeditore.it](mailto:cvre956@jobintourismeditore.it), inserendo nell'oggetto la dicitura: **General Manager**

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



## FH55 Grand Hotel Palatino – Roma, Hotel 4\* ricerca **SEGRETARIO/A RICEVIMENTO E CASSA TURNANTE**.

Prestigioso Hotel storico in centro a Roma ricerca figura con forte orientamento al cliente, ottime competenze relazionali, cortesia, flessibilità e predisposizione al lavoro in team, professionalità, attenzione al dettaglio e capacità di adeguarsi agli standard di servizio, ottima conoscenza della lingua inglese, buona conoscenza del pacchetto office.

Spiccata propensione al "problem solving", lavorerà su turni, assunzione diretta, full time.

Costituisce titolo preferenziale la conoscenza del gestionale Protel.

Inoltrare candidatura al seguente indirizzo: [cvre986@jobintourismeditore.it](mailto:cvre986@jobintourismeditore.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

## Hotel 5 stelle Affermato in Costiera Amalfitana cerca **HOTEL OPERATIONS MANAGER**.

Il candidato deve avere esperienza pluriennale in hotel di lusso, sia essi indipendenti meglio ancora se brandizzati. Dinamico, Operativo, spiccato senso della gestione Hotel in tutti i dipartimenti e capacità di gestione dei vari HOD. Cerchiamo una figura che abbia uno spiccato senso dell'operativo ed esperienza operativa con capacità di problem solving.

I dettagli di come si intende impostare la collaborazione saranno forniti ai CV selezionati nel colloquio di conoscenza, fase in cui sarà richiesta massima riservatezza con accordo siglato.

I candidati ritenuti idonei saranno contattati a partire dal 19 Settembre 2023.

Inserimento entro Dicembre 2023.

Inviare la propria candidatura correlata da foto e tutti i dettagli possibili ed aggiornati all'indirizzo: [cvre979@jobintourismeditore.it](mailto:cvre979@jobintourismeditore.it), inserendo nell'oggetto la dicitura: **Operations Manager**

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



**Castello del Duca**, antico borgo medievale a Settebagni, immerso nella natura delle campagne romane, cerca per immediata assunzione un/a:

## OPERATION MANAGER

Richiesta:

- Eccellenza e attenzione al dettaglio nella gestione di 6-8 case vacanze di lusso per turisti in un parco naturale
- Accoglienza clienti check-in/check-out
- Gestione portale online prenotazioni
- Gestione di 3 persone operative (manutenzione, giardino e territorio)
- Gestione impresa di pulizie
- Gestione aspetti operativi e finanziari della proprietà, controllo del budget, contabilità
- Capacità di sviluppo, leadership e problem solving
- Conoscenza Lingua Inglese
- Flessibilità oraria
- Patente B

Stipendio: 1.500 – 2.000 € mensile netto  
Non si offre vitto e alloggio.

Inviare il proprio curriculum aggiornato via email a:  
**cvrf011@jobintourismeditore.it**  
inserendo nell'oggetto la dicitura **General Manager**.

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



**Cph Pevero Hotel a Porto Cervo in Sardegna**, seleziona per completamento organico le seguenti figure professionali:

Ricevimento

- **SEGRETARI DI RICEVIMENTO** (rif. R4)
- **ADDETTI DI RICEVIMENTO** (rif. R4)

Requisiti richiesti: Padronanza di almeno due lingue preferibilmente (Inglese, Tedesco).

F&B

- **ADDETTA ALLE PULIZIE SALA/BAR** (rif. COM)

Housekeeping

- **CAMERIERE AI PIANI** (rif. CAM)

Per tutti i profili ricercati:

Precedente esperienza di almeno due anni in contesti di hotel & resort di lusso in Italia o all'estero, spiccato orientamento al Cliente e alla qualità del servizio, voglia di mettersi in discussione e di crescere professionalmente, predisposizione per il servizio ed il lavoro in Team, attitudine a lavorare per obiettivi, buona educazione, cortesia e discrezione.

Si prega di inviare il proprio CV con lettera di presentazione/motivazionale (facoltativo), a **cvre971@jobintourismeditore.it** specificando nell'oggetto il titolo della posizione per cui si invia la propria candidatura.

Saranno contattate solo le candidature rispondenti ai requisiti richiesti per la posizione ricercata.

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



**HNH Hospitality** ricerca le seguenti figure professionali:

**Voco Hotel Milan Fiere** – Milano  
– Addetti/e Ricevimento turnanti  
– Commis/Chef de Rang Sala

**Indigo Grand Hotel** – Verona  
– Addetti/e Ricevimento turnanti  
– Addetti/e Breakfast

**Best Western CTC** – San Giovanni Lupatoto (Verona)  
– Addetti/e Ricevimento turnanti  
– Commis/Chef de Rang Sala

**Crowne Plaza** – Padova  
– Addetti/e Ricevimento turnanti  
– Facchino turnante  
– MICE Assistant

**Double Tree By Hilton** – Trieste  
– Economo  
– Night Auditor  
– Barman/Lady  
– Commis Bar

**Hotel Indigo Venice** – Venezia  
– Night Auditor  
– Addetti/e Ricevimento turnanti  
– Commis Cucina

**Crowne Plaza** – Quarto D'Altino (VE)  
– Addetti/e Ricevimento turnanti

**Best Western Tower Hotel** – Bologna  
– Cuoco/a Capo Partita  
– Commis Sala

**Double Tree By Hilton** – Roma  
– Booking Agent  
– Commis Sala/Chef de Rang

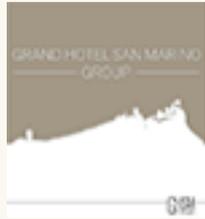
**Sede Direzionale** – Venezia Mestre  
– Content & Marketing Specialist  
– HR Specialist/Amministrazione HR

Potrai effettuare il colloquio di lavoro per queste posizioni al **TFP Summit Verona 2023**, presso l'Hotel Leon d'Oro, il **20 settembre 2023** 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



Il **Gruppo GHSM, San Marino**, ricerca figure per ampliamento organico.

Per il reparto **Front Office e Accoglienza**:

- **RECEPTIONIST TURNANTE**
- **PORTIERE NOTTURNO**

I/Le candidate/e ideali sono in possesso dei seguenti requisiti:

- pregressa esperienza di almeno 1 anno nel ruolo in contesti simili;
- ottima conoscenza della lingua inglese; la buona conoscenza di una seconda lingua straniera costituirà un plus;
- residenza e/o domicilio in loco o in zone limitrofe.

Per il reparto **Housekeeping** si ricerca

una **CAMERIERA AI PIANI**

La figura ricercata si occuperà delle seguenti attività:

- Pulizia e riordino camere;
- Pulizia e riordino aree comuni;
- Monitoraggio costante disponibilità biancheria camere.

Per il reparto **Food&Beverage** si ricercano un/una **CUOCO CAPO PARTITA** e un/una **CHEF DE RANG**.

Per il **Centro Medico Maurice Mességué**, posto all'interno del **Grand Hotel San Marino**, si ricercano **2 ESTETISTE**.

Completano il profilo: flessibilità, disponibilità oraria (si lavorerà su turni anche serali e nel weekend) e la capacità di sapersi relazionare a tutti i livelli.

Residenza e/o domicilio in zone limitrofe costituiranno titolo preferenziale.

Inviare la propria candidatura all'attenzione del Signor Manuel Di Donato: [cvrf002@jobintourismeditore.it](mailto:cvrf002@jobintourismeditore.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



Serenissima Informatica S.p.A.

Ricerchiamo **CONSULENTI** e **TRAINER** esperti in iSelz, Micros, PMS pro-tel o Opera, Rate management per condividere la loro esperienza con i più prestigiosi hotel italiani ed europei. Si richiedono 2 anni di esperienza nel settore alberghiero e la conoscenza dell'inglese e di una seconda lingua, possibilmente, Spagnolo.

Formeremo professionisti con corsi operativi su Hotel Management System. La competenza con il pacchetto MS-Office sarà fondamentale.

Richiesta residenza a Roma o Padova.

Richiediamo disponibilità a trasferte in Italia e all'estero.

Offriamo inquadramento adeguato all'esperienza e opportunità di collaborare con alcuni dei migliori hotel.

Se ami la passione per l'eccellenza, unisciti al nostro team di esperti del settore!

Si prega di inviare la propria candidatura via email all'indirizzo:  
**[acvrf024@jobintourismeditore.it](mailto:acvrf024@jobintourismeditore.it) – Rif. TRJT26**

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



Gli **ADLER Spa Resorts** sono alberghi unici, situati nei paesaggi naturali e culturali più belli d'Italia. La nostra missione è quella di creare insieme al nostro team delle vere e proprie oasi di benessere – luoghi dove i nostri ospiti possono staccare la spina, trovare un equilibrio interiore e ricaricarsi. Tutto secondo la nostra promessa "Let your soul fly". Per dare ogni giorno vita a questa promessa, ci affidiamo a una squadra giovane, dinamica e motivata. Un team di persone capace di sorprendere i nostri ospiti con prestazioni eccellenti facendoli sentire a casa.

Le nostre destinazioni:

- **ADLER Spa Resort DOLOMITI**
- **ADLER Spa Resort THERMAE**
- **ADLER Spa Resort BALANCE**
- **ADLER Lodge ALPE**
- **ADLER Lodge RITTEN**
- **ADLER Spa Resort SICILIA**

Ricerchiamo:

Sala: **Commis sala, Demi Chef de Rang, Chef de Rang, Apprendistato di Cucina & Sala**

Cucina: **Commis cucina, Demi Chef de Partie, Chef de Partie**

Reception: **Receptionist** (lingue: tedesco, Italiano, inglese)

Housekeeping & Maintenance: **Cameriera Piani e Hausmeister/Facchino** (lingua tedesca e italiano)

Spa: **Estetista e Massaggiatrice, Spa Receptionist**

Animazione: **Assistente all'infanzia**

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.

Potrai effettuare il colloquio di lavoro per queste posizioni al TFP Summit Verona 2023, presso l'Hotel Leon d'Oro, il 20 settembre 2023 dalle ore 09:00 alle 18:00.

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

Le nostre offerte di lavoro continuano online.  
Potete consultarle tutte sul nostro sito  
[www.jobintourism.it](http://www.jobintourism.it)