

Al Palazzo ai Giureconsulti di Milano, dal 18 al 19 febbraio, torna il Tfp Summit

Obiettivo risorse umane

Costa, Molino e Starboard selezionano personale

DI MARCO BEAQUA

WWW.TFP.SUMMIT.IT

Si avvicina l'appuntamento del 2009 con il Tfp Summit: l'evento Job in Tourism dedicato al mondo del lavoro nell'industria dei viaggi, che l'anno scorso, in occasione della sua prima edizione, ha saputo attirare alla due giorni di eventi, forum, incontri e presentazioni più di mille visitatori.

«Nel nostro paese», spiega il responsabile marketing e sviluppo progetti di Job in Tourism, **Emilio De Risi**, «spesso si sente proclamare quanto sia necessario puntare sul turismo e, ancor più sovente, quanto sia fondamentale investire sulla professionalità e sulla formazione delle risorse umane del comparto. Si sostiene, peraltro a ragione, che il turismo sia, infatti, quello che in termini economici si definisce un'esperienza good: ossia un prodotto la cui qualità può essere esattamente percepita dal consumatore solo tramite l'esperienza diretta del prodotto stesso. Per questo motivo, si dice ancora, il personale è una chiave di volta imprescindibile per il successo di un'impresa turistica. Tutti lo sanno, tutti lo sostengono, ciononostante da parte dei professionisti del settore si avverte spesso l'esigenza di individuare quelle aziende turistiche realmente attente alle risorse umane, alla loro formazione, al loro benessere e alla loro incentivazione. L'obiettivo del Tfp Summit è perciò quello di diventare il contenitore privilegiato, dove far incontrare le aziende dell'industria dei viaggi maggiormente impegnate nella valorizzazione delle proprie risorse con i migliori professionisti e le più promettenti giovani



Un momento del Tfp Summit 2008

leve del settore».

In linea con questa filosofia, il format del Tfp Summit è così valorizzato da un fitto calendario di eventi formativi di alto livello. In occasione dell'edizione 2009, per esempio, il direttore generale della società di consulenza specializzata nell'analisi delle politiche di valorizzazione delle risorse umane Od&m, **Stefano Butti**, parlerà delle tecniche atte a definire un posizionamento societario customer oriented, mentre il negoziatore e ricercatore, nonché vicepresidente della società di consulenza e formazione virtHuman International, **Emanuele Maria Sacchi**, si occuperà di attraction marketing, ossia di quella tecnica volta alla progettazione di provocazioni, idee e azioni intese a rendere il proprio brand unico sul mercato.

«Siamo consapevoli», aggiunge De Risi, «di aver creato un format pionieristico, capace di discostarsi da un semplice job meeting e di diventare un

Il programma provvisorio degli eventi

Martedì 18 febbraio

9.00 - 18.00. Primo ciclo di formazione del corso superiore in economia e management alberghiero promosso dall'Ada

10.00 - 11.00. Orientamento al cliente in tempo di crisi. A cura del direttore generale Od&m, **Stefano Butti**

15.00 - 18.00. L'arte dell'ospitalità per generare reddito. A cura del presidente Aira, **Luciano Manunta**, del segretario generale nazionale Amira, **Mario Petrucci**, e del presidente Uipa, **Federico Barbarossa**.

Mercoledì 19 febbraio

9.00 - 13.00. Internet ha cambiato il turismo? A cura del professore di organizzazione aziendale presso l'università

evento a 360 gradi dedicato alle risorse umane. Tale consapevolezza è peraltro suffragata dal notevole interesse, che, anche quest'anno, gli attori del settore dimostrano di avere per il Tfp Summit. La due giorni di Milano permetterà, infatti, ai visitatori non solo di seguire convegni di elevato interesse professionale, ma anche di incontrare i responsabili delle risorse umane di alcune tra le principali imprese del turismo italiano e internazionale, nonché di partecipare a dei veri e propri colloqui di selezione del personale».

Al Tfp Summit sarà così per esempio presente Costa crociere, che stilerà un calendario di incontri per ricercare il personale da imbarcare, così come Starboard selezionerà venditori per i propri negozi situati sulle

navi da crociera. Anche la catena ristorativa elvetica Molino selezionerà diverse figure per i propri locali in Svizzera.

«Il crescente interesse attorno al nostro evento si spiega con un'osservazione forse banale, ma al contempo capace di contenere una verità sostanziale», conclude De Risi. «Ritengo, infatti, che nessuno voglia rimanere vittima della crisi e non esiste un'azienda turistica che possa sperare nella ripresa se non possiede una chiara politica del personale. Nel turismo è proprio in periodi difficili come questo che la variabile risorse umane diventa ancora più importante. E il Tfp Summit è il luogo ideale per le aziende all'avanguardia intenzionate a condividere questa convinzione e a illustrare la propria filosofia d'impresa a professionisti qualificati e giovani motivati».

10.00 - 11.00. Come motivare le persone alla prestazione eccellente. A cura del senior consultant Od&m, **Andrea Panzeri**.

14.30 - 15.30. Marketing emozionale. A cura del vicepresidente virtHuman International Emanuele Maria Sacchi.

15.30 - 16.30 Come mettere in efficienza un'organizzazione in un periodo di recessione economica. A cura del senior consultant Od&m, **Andrea Beretta**.



NOTIZIE IN PILLOLE

Logis cambia pelle e lancia un nuovo piano strategico biennale



Un'immagine più moderna, capace d'imporre un'identità di marca di maggiore d'impatto e più in linea coi valori del brand. Una nuova griglia di classificazione con oltre 500 criteri di valutazione. Una commercializzazione rinforzata tramite una migliore indicizzazione del sito internet. Un progetto di valorizzazione dell'offerta ristorativa. Sono questi i quattro grandi punti d'intervento della nuova strategia di marchio Logis, ribattezzata Itinerario 2010. L'obiettivo, fissato in 11 step, è quello di far condividere una stessa visione d'insieme a tutti i 3200 hotel europei del gruppo, nonché di rimarcare la propria unicità sul mercato. «Il 2008», spiega il presidente Logis, **Jacqueline Roux**, «è stato un anno chiave per la prefigurazione di quelli che saranno i Logis di domani. Abbiamo, infatti, intrapreso diversi progetti e molti altri li abbiamo messi in cantiere. Tra quelli già realizzati, c'è per esempio la realizzazione di un nuovo logo, ma anche la nuova classificazione dedicata alla ristorazione e la creazione di una categoria dedicata all'offerta top».

È on-line il nuovo sito dell'Ehma



L'European hotel managers association cambia il proprio look virtuale, rinnovando grafica e contenuti del proprio sito ehma.com. «Alla soglia dei nostri trentacinque anni di vita», spiega il presidente **Johanna Fragano**, «abbiamo deciso di potenziare la nostra comunicazione in rete. Oltre a essere sempre più vicini ai nostri associati in ogni parte d'Europa, desideriamo, infatti, far conoscere la nostra mission a tutti i visitatori del nostro sito, che, oltre a rappresentare un grande strumento d'informazione e comunicazione a livello mondiale, è un vero biglietto da visita della nostra associazione».

I TREND NELLA CUCINA DI ALESSANDRO CIRCIELLO

Il pane: variazioni sul tema

WWW.ALESSANDROCIRCIELLO.COM

Il pane migliore è, e resterà ancora a lungo, quello casereccio. Quello, per intenderci, fatto con la farina, l'acqua e il lievito e cotto nel forno a legna. Che sia il migliore, ce lo dice lo stesso profumo del pane appena sfornato: un aroma che dovrebbe essere ospite d'onore fisso delle vie e delle piazze delle nostre città e che invece oggi è sempre più raro poter incontrare.

Le fette di pane casereccio con un po' di buon salame o di prosciutto, con un filetto di pomodoro e un odore di basilico, con del formaggio stagionato o con un filo d'olio extravergine e sale, restano, infatti, un'esperienza gastronomica unica: un momento di educazione

alimentare di cui non si può fare a meno.

Come accade sempre nelle grandi esperienze formative, tale eccellenza gastronomica ci stimola però inevitabilmente ad andare oltre: ci sfida, in altre parole, a creare qualcosa di ancora più grande. Se il pane casereccio resta perciò qualcosa di insuperabile come accompagnamento del companatico, a noi è tuttavia concessa la possibilità di pensare al pane in una funzione diversa: a un pane, in altre parole,

capace di modificarsi ed evolversi per diventare elemento di strutturazione di un piatto.

Ecco allora come nascono i pani profumati che accompagnano spesso i miei piatti: piccoli panini sfornati al momento, adattati al piatto a cui si devono accostare e arricchiti ogni volta di elementi differenti, che portano in tavola il loro profumo.

Interessante, così, è la realizzazione di pani dolci per accompagnare i dessert: non



ALESSANDRO CIRCIELLO

LA RICETTA

Insalata di pane e baccalà

Ingredienti per 4 persone:

baccalà sfilettato g. 300, pane casereccio g. 200, olive nere g. 100, pomodori secchi g.50, insalata lollo g. 150, olio extra vergine d'oliva e timo fresco qb.

Procedimento:

cuocere il baccalà in acqua calda aromatizzata con il timo, avendo cura di tenere la fiamma molto bassa in modo da far

rimanere morbido il pesce.

Per il pane: tenere a mollo in acqua il pane per alcuni minuti, quindi eliminare l'acqua in eccesso, tritare e unire i pomodori secchi e le olive tagliate precedentemente.

Composizione: disporre a centro piatto l'insalata lollo, unire la miscela di pane aromatica, ultimare con il baccalà, l'olio e il timo.

una proposta completamente nuova, dato che il pane pasquale, per esempio, si utilizza ancora oggi in molte città italiane, ma un'idea per sfruttare il principio legato a tale tradizione per realizzare un pane alla frutta oppure al cioccolato. Senza dimenticare, infine, la possibilità di utiliz-

zare anche accenti di pomodoro oppure la gialla fragranza del granoturco, il prezioso aroma del tartufo o ancora il discreto sapore del gambero. Fino a tornare, naturalmente, al semplice pane di grano. Perché la semplicità, dopo un percorso complesso, assume tutto un altro sapore.