

Barceló
HOTEL GROUP

ROMA
Varie Figure
a pagina 16


GRANDE BAIÀ
Resort & Spa

NORD SARDEGNA
Varie Figure
a pagina 21

ZAGO HOSPITALITY
#WelcomeToOurFamily

VENEZIA
Varie Figure
a pagina 21

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



Desiderio di vacanze e nuove tendenze: così l'estate entra nel vivo

a pagina 2

■ NUOVE APERTURE

*Design, arte e alta gastronomia:
il debutto di Borgo Monchiero*

a pagina 5

■ CASE HISTORY

*Combo, quando l'ospitalità
diventa relazione e scoperta*

a pagina 8

■ BRAND

*Terme di Saturnia ridisegna
l'esperienza del benessere*

a pagina 11



PEDERSOLI
evoluzione





L'estate degli italiani tra desiderio di vacanze e nuove tendenze

Tra timori, maggiori cautele, un andamento altalenante dei prezzi e l'ormai cronica carenza di personale, l'alta stagione entra nel vivo con una certezza: il desiderio di vacanza è più forte che mai

■ di SILVIA DE BERNARDIN

L'estate entra nelle settimane cruciali della stagione e il mondo del turismo continua a navigare a vista. Come ogni anno, il bilancio finale di come sarà andata potrà essere steso solo a ombrelloni definitivamente chiusi, ma a sentire operatori e associazioni di categoria alcuni punti fermi sono già riscontrabili e descrivono un andamento certamente impattato dalla crisi internazionale e caratterizzato dal consolidarsi di alcuni cambiamenti nelle abitudini di viaggio già riscontrate negli ultimi anni.

Una certezza è il desiderio degli italiani, che continuano a considerare le vacanze una priorità e non sono disposti a rinunciarvi. Cambiano, tuttavia, modalità e scelte di viaggio. Quest'anno a pesare sono soprattutto le incertezze legate al complicato quadro geopolitico che – ha rilevato l'Osservatorio di Astoi – hanno reso gli italiani molto più cauti nelle prenotazioni, più attenti alla scelta delle destinazioni e a condizioni di viaggio che privilegino formule capaci di garantire flessibilità, affidabilità, sicurezza e tutela. Dopo un brusco calo del booking tra marzo e maggio, stima ancora l'Osservatorio dei tour operator, nel mese di giugno le prenotazioni hanno ripreso vigore, pur attestandosi ancora a circa un -5% rispetto allo stesso periodo del 2025. Cambiano anche le preferenze di destinazione, che premiano le mete percepite come sicure, facilmente raggiungibili e affidabili sotto il profilo operativo, Italia in testa.

Non è, tuttavia, solo l'instabilità globale a determinare nuove tendenze: già da alcuni anni si assiste a un parziale spostamento dei periodi di vacanza, che premia sempre più i mesi spalla, come giugno – soprattutto per il target delle famiglie con bambini – e settembre. Uno slit-

”

Una certezza è il desiderio degli italiani, che continuano a considerare le vacanze una priorità e non sono disposti a rinunciarvi. Cambiano, tuttavia, modalità e scelte di viaggio. Quest'anno a pesare sono soprattutto le incertezze legate al complicato quadro geopolitico, che hanno reso gli italiani molto più cauti nelle prenotazioni, più attenti alla scelta delle destinazioni e a condizioni di viaggio che privilegino formule capaci di garantire flessibilità, affidabilità, sicurezza e tutela



Sopra, complici le estati sempre più calde, la montagna vive un boom di richieste, caratterizzato da un generale aumento dei prezzi;
a destra, Altroconsumo rileva una diminuzione media del 7% del prezzo degli hotel, che pure rimangono più cari dei B&B;
a destra, secondo una ricerca della Filcams Cgil il 70% di chi lavora nel settore – ovvero 4 lavoratori su 5 – sarebbe sotto la soglia povertà salariale, fissata a 13.950 euro, con forti discrepanze tra Nord e Sud Italia

tamento favorito da alcune condizioni: meno affollamento, meno caldo, prezzi più contenuti.

Proprio i prezzi rimangono uno dei nodi principali. Il costo – concordano gli operatori del turismo organizzato – resta un elemento rilevante nelle scelte dei viaggiatori, pur non essendo la variabile decisiva. L'Osservatorio Astoi parla di rincari dei pacchetti di viaggio intorno al 5%. Diverse sono le stime di un'indagine condotta da Altroconsumo che, pur registrando su una settimana di vacanza tipo ad agosto un calo medio dei costi del 5%, rileva molti distinguo tra le diverse località italiane: i prezzi scendono in alcune città e mete di mare e salgono in montagna, oggetto di un vero e proprio boom di richieste negli ultimi anni (probabilmente anche per effetto del caldo estivo eccessivo). A diminuire quest'anno, ha evidenziato Altroconsumo, sono anche i prezzi degli hotel, a -7% sul 2025, pur restando mediamente più alti di quelli dei B&B. Se guardiamo agli ultimi cinque anni, tuttavia, il rincaro resta evidente: dal 2022 al 2026 i prezzi degli alloggi sono aumentati complessivamente del 15%, con un +12% per gli hotel e un +17% per i B&B.

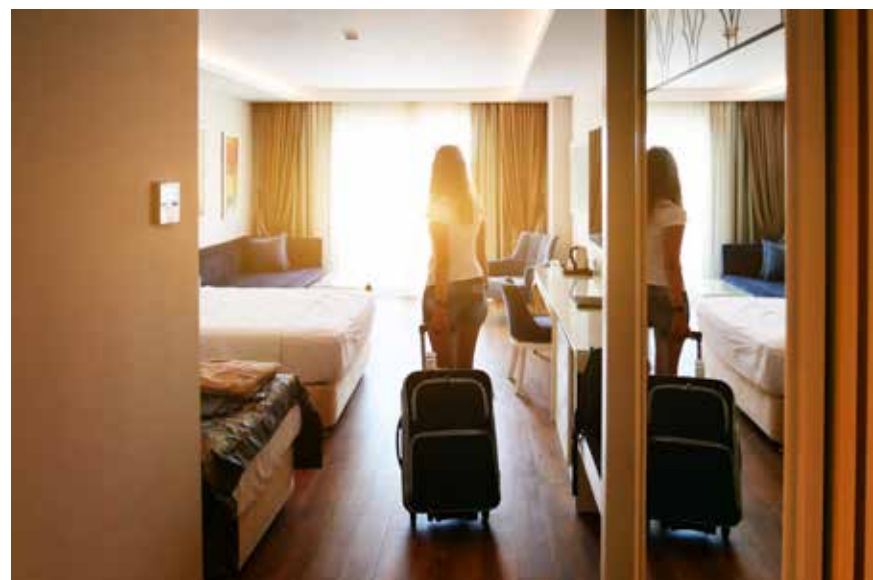
Gli aumenti non riguardano solo l'hospitality, ma tutti i servizi turistici e portano le famiglie ad adottare soluzioni per contenere le spese di viaggio, con soggiorni più brevi e in sistemazioni più economiche, per esempio. Certamente significativo è il dato diffuso nei giorni scorsi da Facile.it, che parla di 170 milioni di finanziamenti erogati nei primi cinque mesi del 2026 proprio per le spese di vacanza, con una media a persona di 5400 euro: un'ulteriore conferma che gli italiani alle vacanze non intendono davvero rinunciare.

Poi c'è la componente lavoro. Il turismo si conferma il settore che nei mesi centrali dell'anno traina le nuove assunzioni eppure le criticità ormai strutturali degli ultimi anni permangono: anche nel pieno dell'alta stagione estiva hotel, ristoranti e gestori di servizi turistici faticano a trovare personale. Colpiscono, in questo quadro, i numeri di una ricerca della Filcams Cgil secondo i quali il 70% di chi lavora nel settore – ovvero 4 lavoratori su 5 – sarebbe sotto la soglia di povertà salariale, fissata a 13.950 euro, con forti discrepanze tra Nord e Sud Italia, dove il fenomeno è maggiormente accentuato.

Infine, le questioni strutturali del comparto, da quelle logistiche, tra le raffiche di scioperi del comparto aereo previste anche in queste settimane e i disagi derivanti dai lavori sulla rete ferroviaria, agli impatti dell'overtourism sulle destinazioni più note. Un fenomeno che riguarda anche il turismo straniero, motore determinante per il settore, ma la cui spesa – ha calcolato il Centro Studi Turistici di Firenze per Confesercenti su dati della Banca d'Italia – si concentra per oltre la metà su sole quattro Regioni: Lazio, Lombardia, Veneto e Toscana.

”

Il turismo si conferma il settore che nei mesi centrali dell'anno traina le nuove assunzioni eppure le criticità ormai strutturali degli ultimi anni permangono: anche nel pieno dell'alta stagione estiva hotel, ristoranti e gestori di servizi turistici faticano a trovare personale





tfp TURISMO
FORMAZIONE
PROFESSIONI
SUMMIT

RICHIEDI INFORMAZIONI

TFP SUMMIT

Turismo Formazione Professioni
La Job Fair più qualificata d'Italia

Sei un **hotel**, un **villaggio**, una **struttura open air** e stai ricercando personale professionale capace di gestire nel modo ideale servizi e ospiti?

Partecipa all'evento del **TFP Summit**, la job fair storica specializzata nel settore dell'ospitalità.

LE TAPPE:

VENEZIA MESTRE - 01/10/2026

Leonardo Royal Hotel Venice Mestre

FIRENZE - 20/10/2026

Grand Hotel Baglioni

NAPOLI - 18/11/2026

Palazzo Caracciolo

MILANO - 26/01/2027

Hotel Melià

ROMA - 09/02/2027

Bettoja Hotel Massimo d'Azeglio

CAGLIARI - 18/02/2027

Hotel Regina Margherita

PALERMO - 04/03/2027

Hotel Mercure

**VILLA SAN GIOVANNI (RC)
- 16/03/2027**

Hotel Altafiumara Resort & Spa



Design, arte e alta gastronomia: il debutto di Borgo Monchiero

Torna a nuova vita l'antico complesso monastico del XVIII secolo immerso tra le colline delle Langhe, trasformato dopo un attento restauro in una dimora di charme dal respiro internazionale

■ di SERENA MASSA

In apertura,
Borgo Monchiero, nuova destinazione dell'ospitalità di lusso nel cuore delle Langhe che segna l'ingresso nel mercato europeo del brand Heritage by Atmosphere del gruppo internazionale Atmosphere Core

Ha aperto ufficialmente le porte agli ospiti lo scorso 16 luglio Borgo Monchiero Heritage by Atmosphere, nuova destinazione dell'ospitalità di lusso nel cuore delle Langhe che segna l'ingresso nel mercato europeo del brand Heritage by Atmosphere di Atmosphere Core, gruppo alberghiero internazionale già affermato alle Maldive e protagonista di un piano di espansione globale.

Immerso tra le colline Patrimonio Unesco della provincia di Cuneo, l'antico complesso monastico del XVIII secolo è tornato a vivere grazie a un intervento di recupero e valorizzazione che restituisce al territorio un luogo suggestivo, trasformato in una dimora di charme dal respiro internazionale. L'inaugurazione segna il compimento del restauro avviato nel 2024 sotto la supervisione dell'architetto Stefano Tardito, un progetto "in cui la salvaguardia dell'eredità storica si fonde con l'eccellenza del design contemporaneo, dell'arte, del benessere e dell'alta gastronomia", spiegano dal gruppo alberghiero.

“È una grandissima emozione ammirare il risultato del progetto che abbiamo immaginato e visto prendere forma giorno dopo giorno negli ultimi due anni. Con l'apertura di Borgo Monchiero si realizza un sogno condiviso: restituire vita a un borgo quasi dimenticato, al quale siamo profondamente legati da ricordi dell'infanzia e dalla passione che nutriamo verso questo luogo straordinario – raccontano i proprietari, **Franco Giampetruzzi** e **Gian Maria Debenedetti** –. Il nostro desiderio è sempre stato quello di preservare la sua ani-

”

A Borgo Monchiero Heritage by Atmosphere ogni ambiente è stato concepito come parte integrante di un racconto unitario, in cui ospitalità, gastronomia, arte, cultura e benessere dialogano con il territorio. Da questa visione prende forma anche la scelta dei nomi degli spazi, ciascuno pensato per raccontare l'identità del Borgo

In questa pagine, partendo da destra,

Mater, l'antica cappella oggi trasformata in un elegante lounge polifunzionale dove è possibile organizzare cene private per piccoli gruppi; Olo, il bar della struttura, che intreccia la parola "bar" con "Olo", in omaggio alla cultura del vino e all'identità locale;

sotto,

una delle 25 camere e suite di Borgo Monchiero, distribuite tra l'antico Monastero e la Villa

”

L'eredità artistica del luogo continua oggi a vivere attraverso opere che danno forma a un vero e proprio museo diffuso, il cui fulcro è la chiesetta sconsacrata, trasformata in un raffinato spazio espositivo, accanto alla residenza e all'atelier di Eso Peluzzi, visitabili su prenotazione e custodi della memoria più autentica del luogo. Alla dimensione artistica si affianca la vocazione musicale, alimentata dal legame con figure come il compositore e direttore d'orchestra Ezio Bosso

ma autentica e arricchirla di una proposta di ospitalità memorabile per scrivere un capitolo completamente nuovo di questo luogo unico insieme a chi sceglierà di soggiornare qui e lasciarsi conquistare da una storia che unisce territorio, arte, spiritualità, alta cucina e benessere”.

La struttura dispone di 25 camere e suite distribuite tra l'antico Monastero e la Villa. Nel primo, le antiche celle monastiche sono state trasformate in ambienti eleganti, dove materiali originali e dettagli storici convivono con comfort contemporanei. Nella Villa, invece, gli ambienti esprimono “un'eleganza più residenziale e aristocratica, con camere intime,



luminose e raffinate, pensate per chi desidera un soggiorno riservato immerso nella quiete delle colline”, spiegano dal Borgo. Completa l'offerta la suggestiva Camera del Priore, un ampio appartamento con camere comunicanti ideale per famiglie o piccoli gruppi.

Per quanto riguarda gli altri spazi, a Borgo Monchiero Heritage by Atmosphere ogni ambiente è stato concepito come parte integrante di un racconto unitario, in cui ospitalità, gastronomia, arte, cultura e benessere dialogano con il territorio. Da questa visione prende forma anche la scelta dei nomi degli spazi, ciascuno pensato per raccontare l'identità del Borgo. Fiore all'occhiello è il ristorante gourmet Eira, aperto anche agli ospiti esterni e guidato dall'Executive Chef **Giorgio Servetto**, già alla guida dei ristoranti stellati Nove e Vignamare. Al suo fianco opera il Resident Chef **Alessandro Di Giacomo**, che vanta una lunga collaborazione proprio con lo Chef Servetto e che ha successivamente confermato la Stella Michelin al ristorante Vignamare. Eira propone “una cucina contemporanea capace di coniugare creatività e profondo rispetto della tradizione piemontese, con influenze che spaziano fino alla Liguria e alla Francia. Il nome – proseguono dal Borgo – richiama il termine del dialetto piemontese che indica l'aia

contadina, simbolo del luogo in cui il lavoro agricolo si compie e si trasforma”. Arricchisce l'offerta gastronomica Olo, il bar della struttura, che intreccia la parola “bar” con “Olo”, in omaggio alla cultura del vino e all'identità locale. La proposta

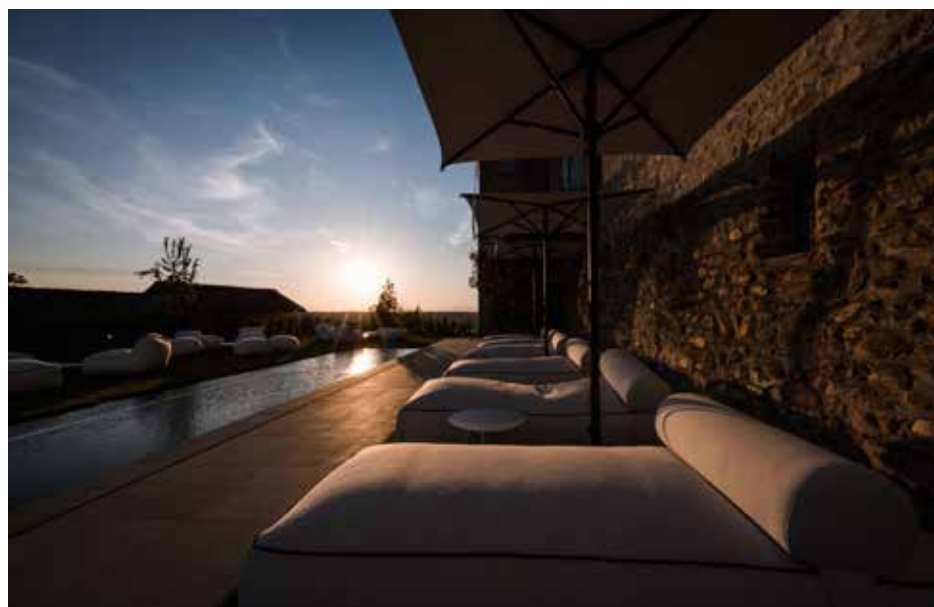
Arte, musica e cultura rivivono nel Borgo

Cuore dell'esperienza di soggiorno offerta da Borgo Monchiero sono l'arte, la musica e la cultura, che richiamano la storia del luogo. Nel corso del Novecento, le colline circostanti avevano, infatti, ispirato un vivace cenacolo artistico, trasformando il borgo in un luogo di intensa produzione culturale, frequentato da maestri come Eso Peluzzi e Claudio Bonichi, insieme a protagonisti dell'arte piemontese quali Piero Simondo, Gigi Chessa, Giulio Da Milano, Pietro Morando, Nino Aimone, Giovanni Bracco e Piero Solavagione. “Questa eredità – spiegano dalla struttura – continua oggi a vivere attraverso opere che danno forma a un vero e proprio museo diffuso, il cui fulcro è la chiesetta sconsacrata, trasformata in un raffinato spazio espositivo, accanto alla residenza e all'atelier di Eso Peluzzi, visitabili su prenotazione e custodi della memoria più autentica del luogo”.

Alla dimensione artistica si affianca la vocazione musicale, alimentata dal legame con figure come il compositore e direttore d'orchestra Ezio Bosso, il violoncellista Mario Brunello e il DJ e musicista Alessio Bertallot, che hanno vissuto o frequentato Borgo Monchiero contribuendo a definirne l'identità sonora.



Sopra, da sinistra,
il ristorante gourmet Eira, aperto
anche agli ospiti esterni, guidato
dall'Executive Chef stellato
Giorgio Servetto;
Eva, l'area piscina il cui nome
deriva dal termine dialettale
locale che significa "acqua"
a lato,
la terrazza panoramica Willow, il
cui nome è ispirato ai salici che
la adornano



culinaria, informale ma ricercata, comprende canapé, salumi artigianali e formaggi del territorio.

Cuore della convivialità è Mater, l'antica cappella oggi trasformata in un elegante lounge polifunzionale dove è possibile organizzare cene private per piccoli gruppi. Il nome richiama un senso di origine, accoglienza e raccoglimento, incarnando la filosofia "Joy of Giving" del brand Atmosphere Core attraverso momenti di incontro e condivisione.

Gli spazi esterni contano la terrazza panoramica Willow, il cui nome è ispirato ai salici che la adornano, e il giardino del chiostro Gelso, dedicato allo storico albero di gelso che ne definisce l'atmosfera silenziosa e intima. Per matrimoni ed eventi privati c'è, invece, il Santuario della Beata Vergine del Rosario, risalente al 1752, e la chiesetta sconsacrata ideale per cerimonie simboliche e laiche.

La rigenerazione di corpo e mente è al centro della proposta di benessere con Eva, l'area piscina, il cui nome deriva dal termine dialettale locale che significa "acqua". L'esperienza comprende anche la suggestiva cisterna d'acqua riscaldata con soffitto a volte, la sauna, l'area relax e la doccia emozionale.

A guidare Borgo Monchiero è il General Manager **Francesco Giovannelli**. "Siamo felici di accogliere i primi ospiti in questa nuova struttura nel cuore delle Langhe, una delle aree più iconiche del Piemonte, famosa per i paesaggi Unesco e la tradizione enogastronomica. Il nostro obiettivo – sottolinea – è offrire un'ospitalità di alto livello che permetta di vivere il fascino del borgo e della sua storia insieme all'autenticità del territorio, attraverso esperienze curate in ogni dettaglio".



Job in TOURISM

www.jobintourism.it

Direttore responsabile:
Fabrizio Garavaglia

Coordinatrice redazionale:
Silvia De Bernardin
redazione@jobintourismeditore.it

Presidente:
Giorgio 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



Combo, quando l'ospitalità diventa relazione e scoperta

Il modello ibrido del brand di ostelli di design che integra ospitalità, ristorazione e spazi per eventi valorizzando il territorio e creando luoghi inclusivi pensati per favorire connessioni e scambi creativi

■ di SILVIA DE BERNARDIN

A destra,
Marc Sampietro, CEO di Combo

Un progetto di ospitalità contemporanea, che unisce accoglienza, cultura, musica, design e convivialità in spazi versatili. Non solamente strutture ricettive, ma “spazi dinamici, dove viaggiatori e residenti locali si incontrano, prendono parte a eventi e condividono esperienze autentiche”. Così si presenta Combo, realtà nata nel 2019, oggi presente in quattro città – Torino, Venezia, Milano e Bologna – con i suoi ostelli di design, ospitati in edifici storici di pregio in disuso da tempo, riqualificati e aperti sia ai viaggiatori che ai residenti.

Ne abbiamo parlato con il CEO **Marc Sampietro**, che in questa intervista ci racconta come funziona il modello di ospitalità ibrida di Combo e quali sono le opportunità professionali che offre.

Domanda. Come nasce Combo e con quale concept?

Risposta. Combo nasce con l'obiettivo di ridefinire il concetto di ospitalità, proponendo un modello ibrido, accessibile e inclusivo, che va oltre la semplice esperienza di soggiorno. Attraverso il recupero e la rigenerazione di edifici storici in disuso, trasformiamo luoghi dal forte valore identitario in ostelli di design aperti alla città, concepiti come spazi di incontro, condivisione e scambio culturale. Ogni Combo è unico e dialoga con il contesto che lo ospita, valorizzandone la storia, l'identità e la comunità locale. Cortili, aree coworking, ristorazione e spazi comuni sono progettati per favorire connessioni spontanee tra viaggiatori, residenti, creativi e professionisti, dando vita a un ecosistema vivo e in continua evoluzione. A rendere questo modello ancora più distintivo è un ricco palinsesto di iniziative che attraversa arte, musica, cinema, sport e cultura contemporanea, offrendo visibilità a giovani artisti e talenti emergenti del territorio. La dimensione sonora rappresenta uno degli elementi identitari di



Dall'ex convento alla caserma dei pompieri abbandonata: il piano di sviluppo di Combo

Oggi Combo è presente con quattro strutture a Milano, Venezia, Torino e Bologna, negli spazi rispettivamente di una vecchia casa di ringhiera sui Navigli, di un ex convento nel sestiere di Cannareggio, di una caserma dei vigili del fuoco abbandonata da vent'anni e di una ex residenza per ferrovieri alla Bolognina, tutti riqualificati per offrire "accoglienza, ristorazione e una programmazione di eventi che favorisce l'incontro tra viaggiatori e comunità locali", spiega il CEO, Marc Sampietro. In totale, il gruppo conta più di 300 camere e oltre 1.000 posti letto e accoglie un pubblico internazionale.

"Guardando al futuro – spiega Sampietro – abbiamo definito un piano di sviluppo quinquennale che punta a consolidare la nostra presenza nelle principali città italiane e a espanderci nelle destinazioni turistiche del Sud Europa. La crescita passerà attraverso l'acquisizione di nuovi immobili, la riqualificazione di edifici storici e partnership con realtà già esistenti, mantenendo sempre al centro il modello di ospitalità ibrida che contraddistingue Combo".



Sopra, e in apertura, Combo Torino; a destra, Combo, Milano

Combo: attraverso Radio Combo, la nostra emittente attiva 24 ore su 24, la musica diventa un linguaggio capace di creare connessioni, raccontare storie e rafforzare il senso di comunità che anima ogni nostra struttura.

D. Qual è il profilo dei vostri collaboratori?

R. In Combo crediamo che l'ospitalità non sia solo un servizio, ma soprattutto una relazione. Per questo il profilo ideale non si definisce soltanto dalle competenze tecniche, ma dall'attitudine con cui una persona vive il rapporto con gli altri. Cerchiamo persone curiose, accoglienti e aperte al mondo, capaci di far sentire ogni ospite il benvenuto e di trasformare un soggiorno in un'esperienza autentica. Persone che abbiano voglia di esplorare, imparare continuamente e lasciarsi ispirare dalle città, dalle culture e dalle persone che incontrano ogni giorno. Lavorare in Combo significa essere il primo volto del nostro progetto: chi entra nelle nostre strutture incontra prima di tutto le persone che ci lavorano. Per questo chiediamo empatia, gentilezza, spirito di iniziativa e la capacità di trovare soluzioni con naturalezza, senza perdere il sorriso. Cerchiamo collaboratori che sappiano lavorare in squadra, adattarsi a contesti dinamici e contribuire a creare un ambiente positivo, inclusivo e informale, sempre con professionalità e attenzione ai dettagli. Le competenze tecniche sono importanti e possono essere sviluppate. Quello che per noi fa davvero la differenza è l'atteggiamento: la voglia di mettersi in gioco, la curiosità verso ciò che è diverso e la capacità di costruire relazioni autentiche. In fondo, Combo è molto più di un ostello: è un luogo di incontro tra persone, culture,

idee ed esperienze. Per questo cerchiamo persone che abbiano il desiderio di essere parte di questa energia e di contribuire, ogni giorno, a renderla viva.

D. Che differenza c'è tra lavorare in una realtà come Combo e i modelli più tradizionali di ospitalità?

R. La differenza principale è che Combo non si limita a ospitare persone: crea connessioni. Mentre un hotel tradizionale è spesso pensato per chi soggiorna e un locale per chi lo frequenta in un determinato momento della giornata, Combo è un luogo aperto che mette in relazione viaggiatori, creativi, professionisti e comunità locali. L'ospitalità è solo il punto di partenza: attorno a essa prendono forma una programmazione culturale, eventi, collaborazioni e progetti che trasformano gli spazi in un punto di riferimento per la città. Lavorare in questo contesto significa contribuire ogni giorno a costruire un ecosistema vivo, in continua evoluzione. C'è poi un altro aspetto che rende Combo una realtà unica: qui le persone sono incoraggiate a essere sé stesse. A differenza di molti modelli dell'hospitality tradizionale, dove procedure e standard definiscono in modo rigido ogni interazione con l'ospite, in Combo c'è spazio per esprimere la propria personalità. Dall'accoglienza al check-in, fino al modo in cui si interagisce con i clienti al ristorante, ogni collaboratore è incoraggiato a interpretare il proprio ruolo con autenticità, contribuendo a creare un'esperienza più umana e memorabile.

D. Quali figure professionali cercate maggiormente?

R. Le figure che ricerchiamo più frequentemente appartengono al mondo dell'Hospitality e del Food&Beverage: Front Office Agent, Bartender, Camerieri di Sala e Cuochi. Sono i ruoli che ogni giorno danno vita all'esperienza

”

Ogni Combo è unico e dialoga con il contesto che lo ospita, valorizzandone la storia, l'identità e la comunità locale. Cortili, aree coworking, ristorazione e spazi comuni sono progettati per favorire connessioni spontanee tra viaggiatori, residenti, creativi e professionisti, dando vita a un ecosistema vivo e in continua evoluzione. A rendere questo modello ancora più distintivo è un ricco palinsesto di iniziative che attraversa arte, musica, cinema, sport e cultura contemporanea





In questa pagina,
Combo, Venezia (Credits
Valentina Sommariva)

affiancano momenti di confronto e feedback con il People Office, il responsabile di reparto e il General Manager, perché crediamo che ascolto, dialogo e accompagnamento siano fondamentali per costruire un'esperienza di lavoro positiva fin dall'inizio.

”

Le competenze tecniche sono importanti e possono essere sviluppate. Quello che per noi fa davvero la differenza è l'atteggiamento: la voglia di mettersi in gioco, la curiosità verso ciò che è diverso e la capacità di costruire relazioni autentiche. In fondo, Combo è molto più di un ostello: è un luogo di incontro tra persone, culture, idee ed esperienze. Per questo cerchiamo persone che abbiano il desiderio di essere parte di questa energia e di contribuire, ogni giorno, a renderla viva

interna e siamo orgogliosi di poter raccontare numerose storie di persone che hanno iniziato il loro percorso operativo e, nel tempo, hanno assunto ruoli di maggiore responsabilità. Come il responsabile F&B di Torino che ha iniziato in Combo come cameriere, o la nostra Event Coordinator di Milano che ha iniziato con uno stage. Per noi la crescita non è solo un avanzamento di carriera, ma la possibilità di continuare a imparare, mettersi alla prova e costruire il proprio percorso all'interno di Combo.

D. Guardando allo sviluppo della carriera professionale, quali sono i vantaggi di un'esperienza professionale in Combo?

R. Lavorare in Combo significa entrare in contatto con un modo di fare ospitalità che va oltre i modelli tradizionali. Le nostre strutture sono luoghi in cui convivono accoglienza, ristorazione, cultura, musica ed eventi: questo permette alle persone di sviluppare uno sguardo più ampio sul settore e di confrontarsi ogni giorno con esperienze, ospiti e situazioni diverse. Chi inizia il proprio percorso in Combo ha l'opportunità di lavorare in un ambiente internazionale, dinamico e multidisciplinare, imparando non solo competenze tecniche, ma anche capacità relazionali, autonomia, flessibilità e spirito di collaborazione: competenze oggi fondamentali in qualsiasi realtà dell'hospitality. Per molti rappresentiamo un punto di partenza, per altri un luogo in cui costruire un percorso di crescita. Il nostro obiettivo è offrire un'esperienza che lasci un segno, ovunque il percorso professionale delle persone le porterà in futuro.

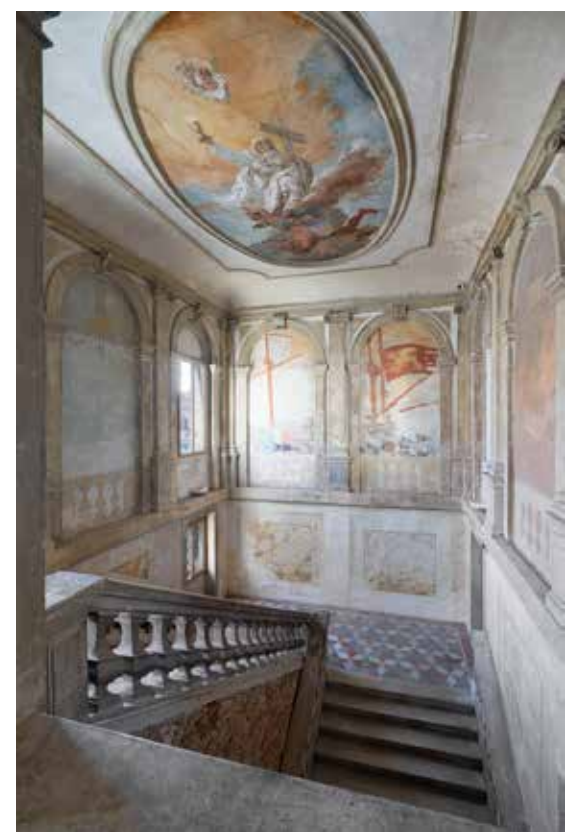
Combo. Al di là della posizione, però, cerchiamo persone capaci di interpretare questi ruoli in modo contemporaneo. Per noi un Receptionist non si limita ad accogliere un ospite: è il primo narratore della città e del mondo Combo. Un Bartender crea occasioni di incontro, un Cameriere accompagna un'esperienza, un Cuoco racconta un territorio attraverso ciò che porta in tavola. Lavoriamo in spazi ibridi, dove ospitalità, ristorazione, cultura ed eventi convivono ogni giorno. Per questo apprezziamo persone versatili, curiose e aperte al cambiamento, che abbiano voglia di andare oltre il proprio ruolo e contribuire a creare un ambiente vivo, accogliente e ricco di relazioni. Più che cercare un curriculum perfetto, cerchiamo persone che abbiano voglia di far parte di Combo e di lasciare un ricordo positivo in chi attraversa i nostri spazi.

D. Come avvengono la selezione del personale e la procedura di onboarding?

R. La selezione in Combo è un percorso condiviso, perché crediamo che scegliere una persona significhi prima di tutto capire se potrà sentirsi bene all'interno della nostra comunità. Per questo il processo coinvolge il People Office insieme ai General Manager e ai responsabili di reparto: l'obiettivo è valutare non solo le competenze tecniche, ma anche l'attitudine, i valori e il modo di relazionarsi con gli altri. Dopo un primo contatto conoscitivo con il People Office, i candidati incontrano il team della struttura e il General Manager, così da poter conoscere da vicino il contesto in cui lavoreranno e le persone con cui condivideranno l'esperienza quotidiana. Anche l'onboarding è pensato come un percorso, non come un semplice primo giorno di lavoro. Ogni nuovo collega viene affiancato da un Buddy, una figura di riferimento che lo accompagna nelle prime settimane, facilitandone l'inserimento nella squadra e nella cultura di Combo. A questo si

D. Sono previsti percorsi di formazione e opportunità di job rotation?

R. Crediamo che lavorare in Combo significhi imparare ogni giorno. Per questo accompagniamo ogni nuovo ingresso con un percorso di formazione che combina la formazione obbligatoria con momenti di apprendimento on the job e in aula, dedicati sia alle competenze tecniche sia allo sviluppo delle soft skills. Stiamo inoltre investendo in programmi di mobilità interna tra le diverse strutture Combo per offrire ai collaboratori l'opportunità di confrontarsi con contesti, team e città differenti, arricchendo il proprio bagaglio professionale e personale. Il prossimo passo sarà sviluppare percorsi di job rotation all'interno delle strutture, permettendo alle persone di conoscere da vicino i diversi reparti con l'obiettivo di favorire una visione più ampia del nostro lavoro e rafforzare la collaborazione tra i team. Crediamo molto nella crescita





Terme di Saturnia ridisegna l'esperienza del benessere

Dopo aver chiuso il miglior anno della propria storia recente, la destinazione lancia un piano di investimenti da 15 milioni di euro che prevedere anche la realizzazione di una moderna staff house e nuove iniziative di formazione

■ di LUDOVICA MATI

C'è anche la realizzazione di una moderna staff house dedicata al personale tra i progetti previsti dal nuovo piano di investimenti di Terme di Saturnia. La destinazione, che ha archiviato il 2025 registrando i migliori risultati della propria storia recente – con un fatturato complessivo di 28,2 milioni di euro, in crescita di circa il 10% rispetto all'anno precedente, oltre 60mila ospiti nel resort e 105mila ingressi tra Parco Termale e Club – ha infatti annunciato l'avvio di una nuova fase di sviluppo “sempre più orientata alla salute, alla longevità e alla qualità dell'esperienza”.

Tra gli interventi previsti già entro la fine di quest'anno rientra proprio la ristrutturazione di una struttura a Manciano, a pochi chilometri dalla destinazione, che verrà trasformata in una moderna staff residence con 25 posti letto dedicata alle risorse impiegate nel resort. Un progetto da due milioni di euro che prevede spazi privati e aree comuni dedicate al benessere e alla socialità, con salone, cucina comune, palestra, lavanderia e un grande parco con giardini, e alcuni appartamenti per gruppi famiglia. L'iniziativa va di pari passo al consolidamento della dimensione occupazionale dell'azienda, che oggi impiega circa 250 collaboratori diretti, e rientra nel più ampio di investimenti da 15 milioni di euro previsti tra il 2026 e il 2027.

Oltre alla realizzazione della staff house, sotto la supervisione degli architetti Mariela Gonsalves e Francesco Leonetti, entro quest'estate saranno inaugurate quattro nuove Thermal Pool Junior Suite dotate di vasca privata di acqua termale, concepite per offrire un'esperienza

”

Tra gli interventi previsti già entro la fine di quest'anno rientra la ristrutturazione di una struttura a Manciano, a pochi chilometri dalla destinazione, che verrà trasformata in una moderna staff residence con 25 posti letto dedicata alle risorse impiegate nel resort. Un progetto da due milioni di euro che prevede spazi privati e aree comuni dedicate al benessere e alla socialità

Standard e formazione: i nuovi progetti

Insieme a quelli previsti per la realizzazione della nuova staff house, in ambito HR proseguono gli investimenti di Terme di Saturnia anche per quanto riguarda la formazione. Sarà, infatti, inaugurata la nuova Terme & SPA Italia Academy, un'accademia di formazione per gli operatori del mondo dell'ospitalità e del benessere che, grazie all'expertise di Terme di Saturnia e alla pluralità dei prodotti del gruppo, potrà concorrere a formare profili trasversali nell'ambito Day-SPA e Medical, ma anche Hospitality, F&B e Golf.

Verrà poi portata avanti la formazione LQA (Leading Quality Assurance) che prevede training approfonditi degli standard di qualità collegati all'affiliazione a The Leading Hotels of the World su temi diversi, dal prodotto all'F&B fino al booking e al branding.

”

A settembre un altro traguardo nello sviluppo di Terme di Saturnia sarà rappresentato dal rafforzamento dell'offerta Medical SPA attraverso il lancio ufficiale di Saturnia Natural Longevity, la naturale evoluzione del Terme di Saturnia Method, un modello che da sempre promuove il benessere attraverso l'integrazione tra medicina, alimentazione, movimento, termalismo e approccio naturale alla salute



ancora più esclusiva e immersiva nella dimensione intima del giardino annesso alla camera. Contestualmente vedranno la luce il nuovo Bagno Romano con sauna a infrarossi e bagno turco e la nuova The Rituals Sauna immersa nel Parco della Sorgente, pensata per ospitare rituali e cerimonie Aufguss.

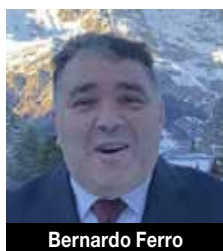
Lo Studio Marco Piva firmerà, invece, una nuova Area Welcome della SPA e la nuova The Saturnia Suite, insieme al soft restyling del bar. “L'acqua – spiegano da Terme di Saturnia – è il tema concettuale e cromatico del progetto di restyling firmato dallo Studio: l'orizzonte morbido della Toscana entra negli ambienti attraverso la luce diffusa, i materiali naturali e le forme accoglienti, trasformando la vista nel fulcro dell'esperienza”.

A settembre 2026 un altro traguardo nello sviluppo di Terme di Saturnia sarà rappresentato dal rafforzamento dell'offerta Medical SPA attraverso il lancio ufficiale di Saturnia Natural Longevity, “la naturale evoluzione del Terme di Saturnia Method, un modello che da sempre



promuove il benessere attraverso l'integrazione tra medicina, alimentazione, movimento, termalismo e approccio naturale alla salute. Oggi – raccontano ancora dalla destinazione – questo patrimonio si arricchisce di una nuova visione orientata alla longevity, fondata su diagnostica, evidenze scientifiche e sulla valorizzazione di uno degli asset più distintivi della destinazione: l'acqua termale sulfurea della Sorgente di Saturnia”. Il metodo si articolerà in tre programmi dedicati ai principali processi biologici legati all'healthy aging: Skin Longevity, focalizzato sulla salute e rigenerazione della pelle; Cellular Energy Longevity, dedicato al supporto dell'energia cellulare e dell'efficienza metabolica; Longevity Nutrition, sviluppato per promuovere equilibrio nutrizionale, flessibilità metabolica e benessere duraturo. Ogni percorso integrerà valutazione medica, alimentazione personalizzata, movimento, trattamenti termali e tecnologie dedicate, secondo un approccio multidisciplinare volto a favorire il mantenimento della salute e della qualità della vita nel tempo. A caratterizzare il nuovo modello sarà la continuità dell'esperienza oltre il soggiorno. Il percorso inizierà infatti prima dell'arrivo con una fase di assessment e preparazione personalizzata e proseguirà dopo la permanenza attraverso un programma di follow-up dedicato. A guidare ogni ospite lungo tutte le fasi del percorso sarà un Care Manager, figura di riferimento che coordinerà il programma e accompagnerà l'ospite verso obiettivi di salute e benessere misurabili e sostenibili nel lungo periodo.

Il 2027, infine, vedrà anche il completo rinnovamento del Parco Termale, uno degli asset più iconici della destinazione e tra i più grandi d'Europa. L'obiettivo finanziario, spiegano da Terme di Saturnia, è raggiungere e superare i 35 milioni di euro di fatturato entro la fine del prossimo anno. I risultati ottenuti riflettono “un percorso di sviluppo costruito con coerenza, investendo sulla qualità dell'esperienza, sulle persone e sulla capacità di far evolvere Terme di Saturnia senza perdere la propria identità più autentica – spiega la General Manager, **Antonello Del Regno** –. La nostra forza resta nella sorgente e nel valore unico del luogo, ma è la visione integrata della destinazione – ospitalità, benessere, salute, ristorazione e territorio – a renderla oggi sempre più riconoscibile e rilevante per un pubblico italiano e internazionale. Guardiamo al futuro con grande fiducia, continuando a innovare e ad alzare il livello della proposta, con l'obiettivo di generare valore duraturo per i nostri ospiti, per i collaboratori e per tutto il territorio che ci circonda”.



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



Ivonne Tinari

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



Claudio Recchia

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



Accademia
Maestri
Pasticceri
Italiani



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



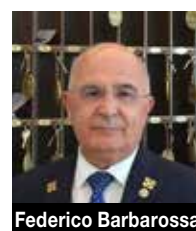
Rocco Cristiano Pozzulo

F.I.C.
Federazione Italiana Cuochi
tel. 06 4402178 - 06 44022209
www.fic.it



Valerio Beltrami

SOLIDUS TURISMO F.I.A.P.O.R.
Federazione Italiana
Associazioni Professionisti
Ospitalità Ristorazione
info@solidusturismo.it
www.solidusturismo.it



Federico Barbarossa

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

Dal mondo al territorio: la cucina di Damiano Scaglioni al Dolomiti SPA Hotel Fanes

A destra,
Damiano Scaglioni, nuovo
Executive Chef di Dolomiti SPA
Hotel Fanes;
sotto,
il Salmerino con acetosella,
lampone e cioccolato bianco,
piatto signature del nuovo menu
estivo dell'Hotel Fanes, nato
dall'incontro tra le materie prime
delle Dolomiti e le esperienze
maturate dallo Chef Scaglioni nei
suoi viaggi

Radici contadine, esperienze nei migliori contesti internazionali e una profonda conoscenza del territorio sudtirolese: lo Chef **Damiano Scaglioni** inaugura così la nuova stagione gastronomica del Dolomiti SPA Hotel Fanes, unendo ingredienti locali a tecniche orientali e latinoamericane per “una raffinata interpretazione contemporanea delle Dolomiti”.

Il nuovo Executive Chef dell'hotel 5 stelle di San Cassiano, mantovano di origini, è cresciuto in una famiglia legata alla tradizione contadina, che gli ha trasmesso fin da giovane la cultura del cibo e del vino. Da qui ha preso avvio un percorso professionale che lo ha portato a confrontarsi con alcune delle più importanti realtà della ristorazione internazionale. Dopo le prime esperienze tra Mantova, Verona e una parentesi in Francia, ha trascorso cinque anni nel Regno Unito, dove ha avuto l'opportunità di lavorare all'interno del prestigioso ristorante Petrus di Gordon Ramsay. Dopo aver fatto tappa in Asia e in Australia è approdato in Alto Adige dove, negli ultimi 11 anni, ha lavorato a fianco di alcuni tra i più autorevoli chef della zona, con i quali ha approfondito la conoscenza della cucina sudtirolese. L'arrivo al Dolomiti SPA Hotel Fanes rappresenta, dunque, la naturale evoluzione di questo percorso.

Qui Chef Scaglioni porta la sua cucina “onesta e cosmopolita”, radicata nella tradizione ma aperta al dialogo con culture e tecniche apprese nei diversi continenti attraversati durante la carriera. Al centro della proposta gastronomica ci sono le materie prime locali e i prodotti stagionali selezionati con attenzione e valorizzati attraverso tecniche contemporanee. “L'Alta Badia – spiega – è una terra straordinaria, che è stata capace di custodire e tramandare il proprio sapere e le proprie tradizioni, pur restando negli anni sempre al passo con i tempi. Qui è ancora possibile

trovare prodotti autentici e materie prime di nicchia, come alcune erbe spontanee della valle che utilizziamo nelle nostre ricette estive”. Tra gli ingredienti locali che Scaglioni apprezza maggiormente ci sono i prodotti caseari, che al Dolomiti SPA Hotel Fanes provengono direttamente dal maso della famiglia Crazzolara.

Ogni ingrediente viene valorizzato nella sua interezza, con l'obiettivo di ridurre al minimo gli sprechi. Un approccio che si ritrova nel suo piatto più iconico: la Bavetta di manzo marinata alla salsa di soia, nata quasi per caso da un errore in cucina e diventata nel tempo un piatto identitario. Gli enzimi della soia contribuiscono a rendere la carne particolarmente morbida e saporita, mentre il topinambur al quale si accompagna viene lavorato in tre consistenze: la parte centrale viene arrostita al forno con spezie e servita come contorno, le estremità diventano chips croccanti, mentre dalle bucce si ricava una crema vellutata.

“Quando immagino un piatto – racconta ancora lo Chef – penso prima di tutto a qualcosa che possa soddisfare la maggior parte degli ospiti, ma che sia anche sostenibile nella reperibilità degli ingredienti e nella sua esecuzione. Voglio proporre una cucina vera, fatta con testa e cuore”.

Nell'avvio di questa nuova collaborazione c'è un piatto estivo che racconta bene la filosofia di Damiano Scaglioni: il Salmerino con acetosella, lampone e cioccolato bianco (nella foto). Una creazione nata dall'incontro tra le materie prime delle Dolomiti e le esperienze maturate dallo Chef nei suoi viaggi, dove ha approfondito l'utilizzo della frutta in abbinamento alle proteine, esplorando accostamenti insoliti ma sempre equilibrati. In questo piatto il gusto delicato del salmerino viene esaltato dalla nota fresca dell'acetosella, un'erba spontanea che cresce proprio nelle valli attorno a San Cassiano, dalla vivace acidità del lampone e dalla dolcezza del cioccolato bianco, in un gioco di contrasti che sorprende il palato. Una proposta che sintetizza perfettamente la sua idea di cucina: partire da ingredienti locali e stagionali per creare esperienze gastronomiche genuine, arricchite da tecniche e influenze raccolte in giro per il mondo.

“Siamo felici di accogliere Damiano Scaglioni alla guida della nostra brigata di cucina – commenta **Reinhold Crazzolara**, proprietario dell'Hotel Fanes –. La sua esperienza internazionale, unita alla profonda conoscenza della cultura gastronomica altoatesina si sposa perfettamente con la nostra idea di ospitalità, dove cucina e benessere dialogano in modo armonico per offrire agli ospiti un'esperienza completa, radicata nel territorio ma con uno sguardo contemporaneo”.





Un 5 stelle luxury nell'area Unesco di Peschiera del Garda per TH Group

Sarà un cinque stelle superior, in apertura a Peschiera del Garda nella seconda metà del 2027, il nuovo hotel del portfolio di TH Group. La struttura – ha annunciato il gruppo – sorgerà dal recupero e dalla valorizzazione dell'ex Caserma XXX Maggio, in un'area di 13mila metri quadrati all'interno del sito Patrimonio Mondiale Unesco. Con 109 camere e un ristorante aperto anche agli ospiti esterni, l'hotel conterà anche una SPA di oltre 4mila metri quadrati, quattro piscine e una darsena privata. Di grande valore il contesto, in un'area di importanza storica e archeologica.

“Con questa operazione – commenta il Presidente, **Graziano Debellini** – continuiamo il percorso di crescita di TH Group nel segmento dell'ospitalità di alta gamma, che è tra quelli che stanno attirando i maggiori investimenti: quasi quattro nuovi progetti alberghieri su dieci riguardano infatti questa fascia di mercato. Investire in una struttura come questa significa credere nel valore di un patrimonio unico e nella capacità dell'ospitalità di qualità di generare occupazione, attrarre turismo internazionale e creare ricadute economiche durature per il territorio”.

Trend positivo per Space Hotels: fatturato in crescita a +12%

Si chiude con risultati positivi il primo semestre 2026 di Space Hotels, che conferma il proprio percorso di crescita registrando un incremento del 12% del fatturato rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Un andamento sostenuto anche dall'aumento del ricavo medio per notte (+10,4%), mentre le room nights segnano una crescita dell'1,6%, a testimonianza di una maggiore valorizzazione della domanda.

Dal punto di vista dei canali distributivi, si conferma stabile la produzione proveniente dai GDS, a testimonianza della solidità del segmento corporate e business travel. A distinguersi è invece la performance del canale voice, che registra una crescita significativa grazie all'aumento delle richieste da parte di gruppi leisure e di una clientela turistica ad alta capacità di spesa.

Sul fronte dei mercati di provenienza, il semestre evidenzia un significativo incremento della domanda italiana, a conferma della ritrovata vivacità del turismo domestico. Si mantengono stabili i flussi provenienti dall'Europa e dal Canada, che continuano a rappresentare bacini consolidati e strategici per il network. Si registra, invece, un lieve rallentamento del mercato statunitense, riconducibile a un contesto internazionale più incerto, ampiamente compensato dalla buona tenuta degli altri mercati esteri e dalla crescente capacità della rete di intercettare una domanda diversificata e a elevato valore.

“I risultati del primo semestre confermano la solidità del nostro modello e la capacità della rete di cogliere le opportunità offerte da un mercato in continua evoluzione – commenta **Piero Marzot**, Presidente di Space Hotels –. La crescita del fatturato e del ricavo medio dimostra come la qualità dell'offerta e il posizionamento dei nostri alberghi continuino a essere premiati da una clientela orientata a esperienze di valore”.



Bluserena amplia l'offerta pet-friendly: nuovi servizi per gli amici a quattro zampe

Bluserena rafforza la propria offerta pet-friendly. Un nuovo progetto sviluppato per creare spazi dedicati in cui gli animali possano svolgere attività, muoversi e rilassarsi senza interferire con le aree destinate agli altri ospiti. Accanto alle Dog Room al piano terra, con giardino privato recintato, cuccia e ciotole, sono ora attivi al Torreserena Resort in Puglia, al Serenusia Resort in Sicilia e al Calaserena Resort in Sardegna, i nuovi servizi Happy Dog. Tra le aggiunte, un parco giochi dedicato ai cani, un'ampia area verde attrezzata e sicura dove gli animali possono correre, giocare e socializzare in libertà. L'esperienza è completata dalla possibilità di richiedere un tavolo nelle aree esterne dedicate dei ristoranti, così da condividere anche il momento dei pasti con il proprio cane, mentre su richiesta sono disponibili servizi aggiuntivi come dog sitter e assistenza veterinaria. Al

Torreserena Resort l'accoglienza riserva un'attenzione speciale agli amici a quattro zampe fin dal momento dell'arrivo con una zona d'attesa dedicata, ciotole sempre a disposizione e una Welcome Box di benvenuto per ogni cane.

“Gli spazi – spiegano da Bluserena – sono stati progettati per favorire il benessere dei cani senza rinunciare alla tranquillità degli altri ospiti, creando un equilibrio ideale tra momenti di svago e relax”.

Barceló

HOTEL GROUP

Per le strutture di **Roma, Barceló Roma-Occidental Aran Park-Occidental Aurelia**

ricerchiamo le seguenti figure professionali:

• SALES LEISURE

Obiettivo del ruolo

Forte focus sulla gestione dei tour operator e sull'incremento del business attraverso un'attività commerciale proattiva e costante follow-up.

La figura lavorerà a stretto contatto con il DOS, contribuendo all'implementazione delle strategie commerciali e alla diversificazione del business su più strutture.

Responsabilità principali

- Sviluppare e gestire relazioni solide e continuative con tour operator, wholesaler e agenzie di viaggio
- Identificare nuovi partner e opportunità di business per incrementare vendite leisure e gruppi
- Effettuare attività costanti di follow-up su richieste, preventivi e trattative per migliorare il tasso di conversione
- Lavorare con i software aziendali (es. Alpha/Opera) per gestione dati, prenotazioni e reportistica
- Monitorare cancellazioni, trend e pick-up, implementando azioni correttive
- Negoziare contratti, tariffe e condizioni commerciali con i partner
- Promuovere attivamente gli hotel tramite sales call, fiere, workshop e fam trip
- Coordinarsi costantemente con i reparti operativi degli hotel per garantire un servizio efficace ai clienti
- Gestire contemporaneamente il business di tre strutture, adattando strategie e approccio commerciale a ciascuna realtà
- Collaborare con il reparto revenue per ottimizzare disponibilità e pricing
- Preparare report di vendita, analisi e forecast

Requisiti

- Esperienza nel settore hospitality/turismo, con focus su tour operator e gruppi
- Conoscenza dei sistemi gestionali alberghieri (preferibilmente Opera/Alpha o simili)
- Forte attitudine commerciale e orientamento al risultato
- Eccellenti capacità di relazione e negoziazione

Competenze

- Gestione clienti tour operator
- Follow-up e conversione delle vendite
- Analisi dati e produzione
- Proattività commerciale
- Coordinamento interno interdipartimentale
- Capacità di diversificazione del business

Offerta Contrattuale/Economica

- Mansione: Sales Manager
- Livello: 3 del CCN TURISMO CONFCOMMERCIO
- Contratto a Tempo Indeterminato con prova come da CCNL
- Ral: 32K

Inviare cv via email a: **cvd159@jobintourism.net** – specificando nell'oggetto della mail il seguente riferimento: LEISURE SALES EXECUTIVE

• SALES MICE

Obiettivo del ruolo

Il/La Sales MICE è responsabile dello sviluppo e della gestione del business relativo a meeting, eventi, congressi e viaggi incentive. Il ruolo ha l'obiettivo di incrementare il fatturato attraverso l'acquisizione di nuovi clienti e la fidelizzazione di quelli esistenti, garantendo un elevato livello di servizio e coordinamento interno.

Responsabilità principali

- Sviluppare e implementare strategie commerciali per il segmento MICE
- Identificare e acquisire nuovi clienti (aziende, agenzie eventi, PCO, DMC)
- Gestire relazioni commerciali con clienti chiave e prospect
- Preparare offerte commerciali, preventivi e negoziare contratti
- Coordinare e supervisionare l'organizzazione degli eventi con i reparti interni (eventi, operations, F&B, rooms division)
- Partecipare a fiere di settore, workshop e attività di networking
- Monitorare il mercato e analizzare la concorrenza
- Gestire il CRM aziendale e aggiornare reportistica commerciale
- Raggiungere e superare i target di vendita assegnati

Requisiti

- Esperienza di almeno 2-3 anni nel ruolo Sales MICE o in ambito hospitality/eventi
- Ottima conoscenza del settore MICE e delle dinamiche di vendita
- Eccellenti capacità relazionali, negoziali e di comunicazione
- Forte orientamento al risultato e al cliente
- Capacità di gestione multi-tasking e problem solving
- Ottima conoscenza della lingua inglese (altre lingue sono un plus)
- Ottima conoscenza di strumenti informatici e CRM
- Disponibilità a viaggiare

Competenze

- Portafoglio clienti attivo nel segmento MICE
- Esperienza in hotel, centri congressi, DMC o agenzie eventi
- Conoscenza del mercato locale e internazionale

Offerta Contrattuale/Economica

- Mansione: Sales Manager
- Livello: 3 del CCN TURISMO CONFCOMMERCIO
- Contratto a Tempo Indeterminato con prova come da CCNL
- Ral: 32K

Inviare cv via email a: **cvd159@jobintourism.net** – specificando nell'oggetto della mail il seguente riferimento: SALES MICE

tfp TURISMO
FORMAZIONE
PROFESSIONI
SUMMIT

TFP SUMMIT

Il punto d'incontro tra il **tuo talento** e le **professioni del turismo**



LE **SIRENUSE** 1951
POSITANO

Il mito della Costiera Amalfitana, il lusso familiare, l'eleganza senza tempo e la magia di Positano.

Le Sirenuse Positano ti aspetta al
TFP Summit di **Napoli**.

ISCRIVITI GRATIS



Greyheath Hospitality è un gruppo internazionale che gestisce dimore e strutture ricettive di alto livello e sviluppa destinazioni d'eccellenza.

Il nostro portfolio comprende proprietà in Italia e all'estero, ognuna con una forte identità legata al proprio territorio.

Creiamo esperienze di ospitalità autentiche, con attenzione ai dettagli e rispetto per i luoghi in cui operiamo.

Lo stesso approccio guida il nostro modo di lavorare: cerchiamo persone curiose, precise e pronte a prendersi la responsabilità del proprio lavoro, in un ambiente dove c'è spazio per crescere.

Ricerchiamo una figura di **Butler** full time da inserire nella nostra Villa a **Griante**.

Responsabilità principali:

- Fornire un servizio attento, anticipatorio e personalizzato agli Ospiti, garantendo la massima riservatezza e gli standard di eccellenza Greyheath
- Garantire un servizio F&B di alto livello, supportare la gestione di eventi privati e creare esperienze personalizzate per i nostri Ospiti
- Mantenere le aree di ristorazione ordinate e curate in ogni momento della giornata
- Gestire i rapporti con cucina, housekeeping e direzione in modo collaborativo e sinergico
- Mantenere la massima discrezione e confidenzialità e risolvere proattivamente ogni criticità con tempestività

Range Retributivo: 26.000 – 28.000€

Inviare cv via email a: cvd181@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

RHINOCEROS™

ESTABLISHED IN VELABRO ROMA

Rhinoceros è un palazzo realizzato dall'Atelier Jean Nouvel a **Roma** ed è sede della Fondazione Alda Fendi.

Offre 25 appartamenti di lusso, spazi espositivi, tre meravigliose terrazze ed un rinomato ristorante rooftop e cocktail bar.

Ogni appartamento, unico e personalizzato, ha affacci privilegiati sull'area monumentale della Roma classica, alle pendici del Palatino. Per ampliamento della nostra Gang siamo attualmente alla ricerca del seguente profilo:

– Guest Relations Agent

Siamo attualmente ampliando la meravigliosa area delle Relazioni con gli Ospiti, dove la magia nasce e si sviluppano relazioni durature nel tempo.

Se la tua passione è il contatto con gli Ospiti, se pensi che la curiosità, l'abilità di pianificare e di sorprendere facciano parte del tuo modo di essere, non vediamo l'ora di incontrarti!

Per entrambi i ruoli le caratteristiche fondamentali richieste per il ruolo:

- Background di Ricevimento in strutture a 4/5 stelle.
- Passione per l'ospitalità e il mondo dell'arte.
- Presentazione impeccabile.
- Spiccate doti comunicative.
- Attenzione ai dettagli.
- Flessibilità e passione per l'eccellenza.
- Desiderio e disponibilità a lavorare in Team.
- Buona conoscenza della lingua inglese.

Si offre contratto iniziale di un anno e RAL di 29.000 euro.

Si prega inviare la propria candidatura al seguente indirizzo email: cvd165@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



L'ALBERETA

L'Albereta Relais & Chateaux, prestigioso Resort 5*lusso nel cuore della **Franciacorta**, è alla ricerca di un **Demi Chef di Cucina** da inserire nella propria brigata di cucina.

Attività principali

- Supportare lo Chef durante la preparazione e il servizio.
- Curare la preparazione delle linee assegnate nel rispetto degli standard qualitativi.
- Garantire il rispetto delle normative HACCP.
- Collaborare con il team per offrire un servizio di alto livello.

Requisiti

- Almeno 1 anno di esperienza in hotel o ristoranti di livello.
- Passione per la cucina, precisione e spirito di squadra.
- Flessibilità e orientamento alla qualità.

Offriamo

- Inserimento in una struttura Relais & Chateaux.
- Formazione continua e opportunità di crescita.
- Alloggio, se necessario.
- Retribuzione commisurata all'esperienza.

Candidature: inviare il CV a cvd176@jobintourism.net

indicando nell'oggetto "Candidatura Demi Chef di Cucina".

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



Gruppo leader nel settore Food & Beverage, per un **prestigioso ristorante Sebastian Milano** situato nel cuore di **Milano**, ricerca una risorsa da inserire come **Vice Store Manager**.

La risorsa sarà responsabile dell'efficienza operativa, della redditività e delle performance del punto vendita, perseguendo gli obiettivi aziendali e garantendo elevati standard di offerta, servizio, qualità e sicurezza.

Le principali responsabilità del Vice Store Manager includono:

- Collaborare con lo Store Manager nella gestione e nel raggiungimento dei risultati del punto vendita.
- Mantenere elevati standard in termini di controllo qualità, servizio e sicurezza alimentare e sul luogo di lavoro.
- Gestire la turnistica, il calendario delle attività, i picchi operativi e il budget dei ricavi, proponendo eventuali modifiche dell'organico all'Area Manager
- Occuparsi della formazione del personale neoassunto, motivando, valutando e fornendo feedback costante sia allo Store Manager sia ai membri del team.
- Gestire il sistema di formazione continua all'interno del punto vendita.
- Supportare lo Store Manager nell'approvvigionamento delle materie prime e dei prodotti, effettuandone gli ordini e garantendo che tutti i settori siano sempre riforniti secondo le direttive aziendali.
- Gestire incassi, valori e tutelare i beni aziendali del punto vendita.

Il candidato ideale possiede un diploma di maturità alberghiera o formazione equivalente e un'esperienza di almeno un anno nel ruolo di Vice Store Manager presso aziende strutturate. Sarà considerata preferenziale una precedente esperienza nel mondo della ristorazione.

RAL: 45.000-48.000

Inviare cv via email a: cvd166@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



Gruppo leader nel settore Food & Beverage, per un **prestigioso ristorante Sebastian Milano** situato nel cuore di **Milano**, ricerca una risorsa da inserire come **Store Manager**.

La risorsa sarà responsabile dell'efficienza operativa, della redditività e delle performance del punto vendita, perseguendo gli obiettivi aziendali e garantendo elevati standard di offerta, servizio, qualità e sicurezza.

Siamo alla ricerca di uno Store Manager con esperienza nel settore turismo e ristorazione, dinamico, organizzato e orientato all'eccellenza, per la gestione di un ristorante e bar all'interno della nostra struttura.

La figura sarà responsabile della supervisione operativa del punto vendita, della gestione del team e del coordinamento delle attività quotidiane, garantendo elevati standard di servizio, qualità dell'esperienza cliente e raggiungimento degli obiettivi aziendali.

Principali responsabilità

- Gestire e supervisionare tutte le attività operative del ristorante e del bar.
- Coordinare, motivare e sviluppare il team, creando un ambiente di lavoro positivo e orientato al servizio.
- Gestire e supportare il Vice Store Manager, assegnando priorità, obiettivi e responsabilità operative.
- Garantire il rispetto degli standard aziendali di qualità, accoglienza, igiene e sicurezza.
- Organizzare i turni del personale e ottimizzare la pianificazione delle risorse.
- Monitorare i principali indicatori di performance (fatturato, costi operativi, food cost, produttività e customer satisfaction).
- Supervisionare la gestione degli ordini, del magazzino e dei rapporti con i fornitori.
- Gestire eventuali problematiche operative con rapidità e professionalità, assicurando un'eccellente esperienza agli ospiti.
- Collaborare con la direzione per lo sviluppo di strategie volte al miglioramento del servizio e dei risultati.

Requisiti

- Esperienza consolidata nel ruolo di Store Manager, Restaurant Manager o responsabile di struttura nel settore turismo e ristorazione.
- Capacità nella gestione e coordinamento di team numerosi.
- Esperienza nella supervisione di figure manageriali, incluso il Vice Store Manager.
- Ottime capacità organizzative, leadership e gestione delle priorità.
- Forte orientamento all'ospitalità, al cliente e alla qualità del servizio.
- Ottime doti relazionali e problem solving
- Disponibilità a lavorare su turni, weekend e festività secondo le esigenze del settore turistico.

Offriamo

- Inserimento in una realtà dinamica e in crescita nel settore turismo e hospitality.
- Ambiente professionale e stimolante.
- Opportunità di crescita e sviluppo professionale.
- Retribuzione commisurata all'esperienza e alle competenze del candidato.

RAL: 53.000-55.000

Se hai passione per l'ospitalità, capacità di leadership e desideri guidare un team verso l'eccellenza del servizio, inviaci la tua candidatura via email a:

cvd166@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



Greyheath Hospitality è un gruppo internazionale che gestisce dimore e strutture ricettive di alto livello e sviluppa destinazioni d'eccellenza. Il nostro portfolio comprende proprietà in Italia e all'estero, ognuna con una forte identità legata al proprio territorio.

Creiamo esperienze di ospitalità autentiche, con attenzione ai dettagli e rispetto per i luoghi in cui operiamo.

Lo stesso approccio guida il nostro modo di lavorare: cerchiamo persone curiose, precise e pronte a prendersi la responsabilità del proprio lavoro, in un ambiente dove c'è spazio per crescere.

Ricerchiamo una figura di **Housekeeper** full time da inserire nella nostra Villa a **Griante**.

Responsabilità principali:

- Garantire la pulizia quotidiana e la preparazione di camere e aree comuni della Villa secondo i più alti standard di eccellenza
- Gestire e monitorare il servizio lavanderia garantendo massima qualità e cura della biancheria
- Registrare e segnalare eventuali problematiche di manutenzione riscontrate durante il servizio e segnalarle tempestivamente al Villa Manager

Richiediamo esperienza presenza in ruoli di housekeeping maturata in contesti di lusso, massima riservatezza e confidenzialità.

Range Retributivo: 23.000€

Inviare cv via email a: cvd181@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



Elizabeth Hotel Group, Roma. Gruppo alberghiero attivo nella gestione e nello sviluppo di strutture ricettive, con un modello di business basato sui servizi di management alberghiero e sul coordinamento di strutture e funzioni centralizzate.

Ricerca: **Assistant General Manager**

La risorsa affiancherà direttamente il General Manager nella gestione quotidiana delle attività, garantendo continuità operativa, presidio dei processi e capacità di coordinamento.

Il ruolo è finalizzato a rafforzare la struttura organizzativa del Gruppo, assicurando un efficace collegamento tra strategia ed execution e contribuendo al raggiungimento degli obiettivi di business.

La figura ricercata rappresenterà un punto di riferimento operativo per il General Manager, supportandolo nelle attività interne ed esterne e garantendo continuità decisionale e operativa nelle attività delegate.

Principali attività di responsabilità:

- Supportare il General Manager nella gestione e nel coordinamento delle attività operative quotidiane.
- Monitorare l'avanzamento dei progetti e delle iniziative strategiche del Gruppo.
- Coordinare le relazioni con i manager delle strutture gestite, in Italia.
- Favorire l'integrazione tra le funzioni centralizzate (Operations, Sales & Marketing, Revenue Management, Accounting, Financial, Amministrazione, HR) e le strutture operative.
- Garantire il follow-up delle decisioni e il rispetto delle priorità operative.
- Partecipare a riunioni interne ed esterne, predisponendo report, analisi e piani d'azione.
- Supportare la gestione dei rapporti con partner, committenti e stakeholder.
- Presidiare attività e progetti in autonomia e rappresentare il General Manager quando richiesto.
- Agire, quando necessario, in rappresentanza del General Manager, assicurando continuità decisionale e operativa nelle attività delegate.
- Effettuare trasferte presso le strutture del Gruppo per monitorarne l'andamento operativo e supportare i team locali.

Requisiti

- Esperienza significativa nel ruolo di Operations Manager con provata esperienza di min.due anni
- Necessaria provenienza dal settore hospitality o dal management di strutture ricettive.
- Spiccate capacità organizzative, di pianificazione e di problem solving.
- Leadership, autorevolezza e capacità di operare in contesti complessi e dinamici.
- Elevata capacità di gestione delle priorità e di operare efficacemente in contesti in continua evoluzione.
- Forte orientamento al risultato e all'esecuzione.
- Disponibilità a frequenti trasferte e mobilità sul territorio nazionale.
- Ottime capacità relazionali e di coordinamento.
- Ottima conoscenza della lingua inglese, scritta e parlata.
- Ottima conoscenza del pacchetto Microsoft Office, in particolare Excel e PowerPoint.
- Forte senso pratico

Caratteristiche personali

Cerchiamo una figura pragmatica, con grande empatia, ma allo stesso tempo autorevole ed orientata ai risultati, capace di interpretare il ruolo di naturale estensione operativa del General Manager e di contribuire concretamente alla crescita e al consolidamento del Gruppo.

Cosa offriamo

- Inserimento con contratto CCNL Turismo
- Ruolo di elevata responsabilità e visibilità organizzativa.
- Possibilità di contribuire attivamente ai processi decisionali e di sviluppo del business.
- Percorso professionale sfidante e con concrete opportunità di crescita.

Inviare CV con foto e referenze via email a: **cvd178@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.

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 de la Poste, Cortina d'Ampezzo.

Cerchiamo per sostituzione malattia, una persona con mansione

CAMERIERE/A AI PIANI.

Deve avere esperienza e sia una persona dinamica e sincera.

Offriamo vitto ed alloggio in struttura contratto a tempo determinato fino ad ottobre.

Inviare cv via email a: **cvd170@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

Struttura alberghiera 4 stelle, situata in **Costiera Amalfitana**, in fase di significativo rilancio, ricerca per la stagione 2027:

- **Maître / Food & Beverage Supervisor**
- **Responsabile Commerciale e Marketing**

-Maître / Food & Beverage Supervisor con disponibilità da novembre 2026 sono richiesti e seguenti requisiti:

- Esperienza consolidata nel ruolo, preferibilmente in contesti alberghieri o ristorativi di livello;
- Spiccata attitudine al problem solving e alla gestione delle dinamiche di sala;
- Eccellenti capacità relazionali e comunicative, con naturale predisposizione all'accoglienza;
- Buona conoscenza della lingua inglese; la conoscenza di una seconda lingua costituirà titolo preferenziale.

Competenze tecniche richieste (F&B avanzato):

- Pianificazione, organizzazione e gestione di eventi (banqueting, cerimonie, gruppi, hospitality tematica);
- Tecniche di inventario, controllo delle giacenze, rotazione prodotti e gestione del magazzino F&B;
- Food cost e beverage cost, analisi dei consumi e ottimizzazione dei costi operativi;
- Gestione dei fornitori, ordini, approvvigionamenti e controllo qualità delle materie prime;
- Supervisione dei flussi operativi di sala e definizione degli standard di servizio;
- Coordinamento del personale e gestione delle turnazioni;
- Redazione e applicazione di procedure operative, checklist e piani di servizio;
- Leadership operativa, gestione delle criticità e orientamento alla soddisfazione dell'ospite.

Cosa offriamo

- Contratto a tempo pieno, con retribuzione commisurata all'esperienza;
- Inserimento in un contesto professionale in evoluzione, con margini reali di crescita e possibilità di sviluppo del reparto F&B;
- Ambiente di lavoro dinamico, orientato alla valorizzazione delle competenze e alla qualità dell'accoglienza;
- Possibilità di alloggio gratuito per l'intera durata della stagione.

– Responsabile Commerciale e Marketing – full time – da inserire nei propri organici:

Requisiti:

- Esperienza consolidata nel ruolo, preferibilmente nel settore alberghiero;
- Capacità di elaborare e implementare strategie commerciali efficaci finalizzate all'incremento delle vendite e della visibilità della struttura;
- Conoscenza dei principali canali di distribuzione online (OTA, GDS, Channel Manager) e delle dinamiche del mercato turistico;
- Spiccate doti commerciali e capacità di sviluppo del business, sia online che offline (tour operator internazionali nel mercato gruppi ed individuali);
- Conoscenza delle principali tecniche e strumenti di Revenue Management.
- Conoscenza del marketing digitale e dei moderni strumenti di comunicazione on line;
- Conoscenze del mercato turistico relativo al benessere ed alla longevità;
- Conoscenza del settore MICE (convegnistica e wedding internazionale);
- Conoscenza del settore ristorazione alberghiera aperta agli ospiti esterni
- Conoscenza di livello almeno B2 della lingua inglese e, preferibilmente, di una seconda lingua oltre l'inglese.

Livello di inquadramento: Quadro CCNL Turismo/Alberghi Vitto e alloggio a carico dell'impresa.

Gli interessati sono invitati a inviare il proprio CV aggiornato a **cvd179@jobintourism.net**, indicando nell'oggetto la figura per la 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



Zago Hospitality è una realtà dinamica e in crescita nel settore dell'ospitalità. Per le due sedi di **Venezia** Centro storico siamo alla ricerca delle seguenti figure professionali:

- **addetto/a Front Office;**
- **facchino;**
- **addetto/a sala colazioni.**

Requisiti richiesti:

- Pregressa esperienza in strutture alberghiere;
- Buona conoscenza della lingua inglese, l'eventuale seconda lingua costituirà un plus in sede di colloquio;
- Buone capacità relazionali, cortesia e attenzione all'ospite;
- Disponibilità al lavoro su turni, week-end e festivi;
- Familiarità con i principali PMS e pacchetto Office (per il reparto front office).

Si offre:

- Iniziale contratto stagionale con prospettiva di stabilizzazione;
- Inquadramento e retribuzione commisurate all'esperienza.

Non è previsto alloggio.

Inviare cv via email a: **cvd146@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



Gest Hotel Srl, realtà operante nella gestione di strutture alberghiere di alto profilo situate nel **Nord Sardegna**, per la stagione 2026 seleziona le seguenti figure da inserire nell'organico del **Grande Baia Resort & Spa di San Teodoro**:

- Cucina: **cuoco capo partita, commis cucina, commis pasticceria**
- Ricevimento: **addetto al ricevimento, portiere notturno**
- Bar: **bartender**
- Piani: **cameriera/e ai piani**
- Spiaggia-Piscina: **bagnino** con brevetto mip

Al candidato prescelto si offre contratto a tempo determinato con retribuzione competitiva, in linea con le responsabilità del ruolo e posizione, vitto durante il periodo di apertura della struttura.

Disponibilità 25 luglio – 31 ottobre 2026, con possibilità di ulteriore proroga per il reparto HK.

Alloggio disponibile per i fuori sede.

Vi preghiamo di trasmettere il CV aggiornato, completo di autorizzazione al trattamento dati e di indicare il ruolo di interesse a:

cvd174@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

tfp TURISMO
FORMAZIONE
PROFESSIONI
SUMMIT

TFP SUMMIT

Il punto d'incontro tra il **tuo talento** e le **professioni del turismo**

THE PALACE COMPANY®

The Palace Company ti aspetta al **TFP Summit**
di **Venezia, Roma e Cagliari.**

Brand d'élite internazionale,
resort di lusso, grandi numeri,
intrattenimento ed eccellenza
mondiale.

ISCRIVITI GRATIS



VIVOSA
APULIA RESORT

Il **Vivosa Apulia Resort** seleziona la seguente figura professionale:

– **Marketing Specialist**

I suoi compiti comprendono il supporto alle attività di marketing e comunicazione del brand, con coinvolgimento nella pianificazione, promozione, creazione di contenuti e sviluppo della presenza digitale del resort.

Attività principali

Le sue attività principali sono:

- La pianificazione e il supporto alle attività marketing, promozionali e di comunicazione;
- La creazione di materiali grafici e contenuti visual per campagne, social media e comunicazione aziendale tramite Adobe Illustrator e Adobe Photoshop;
- La gestione e l'aggiornamento dei contenuti del sito web aziendale con conoscenza base di HTML;
- La pianificazione di newsletter, comunicazioni digitali e supporto al piano editoriale stagionale;
- La gestione delle relazioni operative con PR italiani ed esteri, media e partner di comunicazione.
- L'ideazione di storyboard e il coordinamento operativo con videomaker e professionisti creativi per produzioni foto e video;
- L'organizzazione e il supporto alla realizzazione di shooting fotografici e video all'interno della struttura;
- La collaborazione con i reparti interni per la raccolta di informazioni, materiali e aggiornamenti utili alla comunicazione.

Competenze e caratteristiche personali

Il candidato/La candidata ideale ha ottime competenze organizzative, precisione e attenzione ai dettagli. Ha elevate capacità di pianificare, monitorare e gestire più attività contemporaneamente. Flessibilità e adattabilità in contesti dinamici e stagionali come l'hospitality. Spirito collaborativo e capacità di lavorare con team interni e interlocutori esterni. Una buona conoscenza della lingua inglese completano il profilo ricercato.

Inviare cv via email a: **cvd171@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



La Prince SPA, all'interno del prestigioso Hotel "**Parco dei Principi Grand Hotel & SPA**" di **Roma**, dedicata alla salute e al benessere della persona, ricerca:

– **1 Estetista / Massaggiatrice con i seguenti requisiti:**

- Massaggi
- Trattamenti Viso e Corpo
- Manicure
- Pedicure
- Ottime capacità relazionali e dedizione al servizio personalizzato
- Capacità di lavorare in squadra
- Conoscenza fluente della lingua inglese
- Passione per il mondo del benessere e della persona.

Si prega di inviare il CV con autorizzazione al trattamento dei dati personali ex D.Lgs.

196/2003 al seguente indirizzo:

cvd183@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

Job in TOURISM
PERSONALE QUALIFICATO PER L'OSPITALITA'