FRONT OFFICE DEPARTMENT

CURA LA TUA SETE DI FORMAZIONE CON LE "PILLOLE INFORMATIVE" DEL DIZIONARIO ANPA ACADEMY!

U COME UPGRADE

Alzi la mano chi non ha mai preso il menù famiglie al fast food? Incentivare le vendite proponendo qualcosa ad un prezzo inferiore rispetto al suo prezzo reale, è infatti una delle strategie di upselling più comunemente utilizzate da numerose catene di negozi, fast food e ristoranti. Ma cosa ha a che fare questo con l'**upgrade**, vale a dire il fatto di concedere a dei clienti una camera di categoria superiore rispetto a quella che hanno prenotato in partenza? In verità, ha a che fare moltissimo, perché se usato bene l'upgrade si rivela un utile strumento di revenue che può aiutarvi ad incrementare la redditività del vostro hotel. Come? Ma è semplice: basta scegliere il momento e il modo giusto per proporre l'upgrade ai vostri ospiti. In generale, è preferibile utilizzare l'upgrade **in bassa stagione**, ovviamente quando avete camere libere di categoria superiore a quella delle camere che invece sono già prenotate. In questo modo sfrutterete l'invenduto, ottenendo una redditività extra dal sovra prezzo che farete pagare ai vostri clienti che vogliono beneficiare dell'upgrade. Tuttavia questa non è l'unica strategia possibile: potete valutare di ricorrere all'upgrade **in alta stagione** quando, nonostante la domanda più elevata, avete difficoltà a vendere le camere di categoria superiore. E' quello che in pratica avviene sulle navi da crociera: un cliente ha prenotato una cabina standard, ma, a 2 o 3 settimane dalla partenza, una e-mail gli comunica che gli è stata assegnata una cabina di livello superiore. E senza neanche dover pagare un sovra prezzo! Questo avviene perché la compagnia di navigazione ha difficoltà a vendere le cabine più costose, dunque, dandole via ai clienti che hanno già prenotato, cerca di rendere di nuovo prenotabili quelle più economiche. Questo ovviamente presuppone una situazione in cui, almeno che certe categorie di camera, la richiesta sia abbastanza elevata. Tuttavia il fatto di incidere sul revenue non è l'unico motivo per cui dovreste ricorrere all'upgrade: un altro vantaggio di questa pratica, soprattutto se effettuata nei confronti di clienti appena arrivati in hotel, è dato dall'**effetto WOW** esercitato proprio sui neo ospiti. Un altro aspetto che spesso viene sottovalutato dell'upgrade è che, se effettuato in modo strategico, impiegando anche le risorse umane dell'hotel, vale a dire chi sta al check in e in generale al banco receptionist, esso può servire anche come strumento per incentivare e **premiare i vostri addetti più meritevoli**, vale a dire coloro che riescono a proporre e strappare ai clienti il maggior numero di upgrade. Infine, non l'abbiamo ancora detto, ma già probabilmente ci sarete arrivati da soli, **l'upgrade favorisce la fidelizzazione** del cliente, il quale sentirà di avere ricevuto un trattamento di riguardo e sarà indotto a tornare.

KEYWORDS

- EFFETTO WOW
- FIDELIZZAZIONE
- REVENUE
- STAGIONE
- PREZZO
- INCENTIVO
- CATEGORIA
- STRATEGIA
- PREDISPOSIZIONE
- OSPITALITA'

FRANCESCA MARZULLO

- **Reservation Department & Guests Assistant at JK Place Roma *****L – The Leading Hotel of The World**
- **Membro del Consiglio Direttivo Associazione Romana "Le Chiavi d'Oro" FAIPA**
- **Docente: Front Office – Guest Relations – Concierge – English Course**
  ANPA – Accademia Nazionale Professioni Alberghiere - Roma

TI ASPETTO IN AULA! PRENOTA IL TUO CORSO!

CONTATTI

TELEFONO:
06.99706945 – 46; 393 9230999; 351 7002774

SITO WEB:
www.anpascuola.it

INDIRIZZO DI POSTA ELETTRONICA:
corsi@anpascuola.com

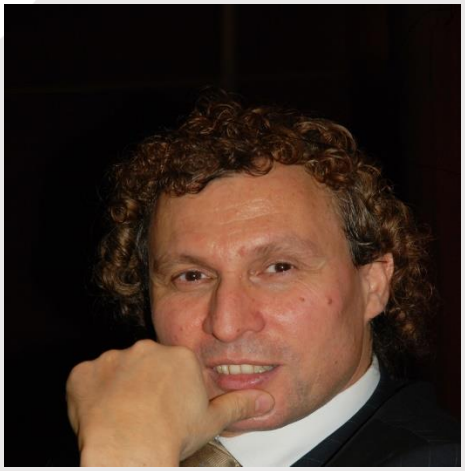
SEGUICI SU FACEBOOK!

ISCRIZIONI APERTE ALLE NUOVE EDIZIONI DEI CORSI PER RECEPTIONIST E FRONT OFFICE MANAGER

- ROMA
- FIRENZE
- BOLOGNA
- MILANO
- TORINO
- NAPOLI
- PALERMO
- CATANIA

ANPA®
Accademia Nazionale Professioni Alberghiere

CURA LA TUA SETE DI FORMAZIONE CON LE "PILLOLE INFORMATIVE" DEL DIZIONARIO ANPA ACADEMY!



GIOVANNI VANNELLA

Food & Beverage Manager Best Western Italia Chain Hotel and Individual Property Hotel

Docente Marketing della Ristorazione
ANPA – Accademia Nazionale Professioni Alberghiere -Napoli

TI ASPETTO IN AULA!
PRENOTA IL TUO CORSO!

CONTATTI

TELEFONO:
06.99706945 – 46; 393 9230999; 351 7002774

SITO WEB:
www.anpascuola.it

INDIRIZZO DI POSTA ELETTRONICA:
corsi@anpascuola.com

SEGUICI SU FACEBOOK!

ISCRIZIONI APERTE ALLE NUOVE EDIZIONI DEI CORSI PER FOOD & BEVERAGE E BANQUETING MANAGEMENT

- ROMA
- FIRENZE
- BOLOGNA
- MILANO
- TORINO
- NAPOLI
- PALERMO
- CATAN

U COME: UP SELLING

Per applicare le tecniche di vendita al ristorante, tutto il personale della sala, deve innanzitutto provare a conoscere la clientela, analizzandola e profilandola per **esigenze, gusti e provenienza**. Al giorno d'oggi comprendere le preferenze di un cliente, però, non è più sufficiente per fidelizzarlo. Occorre **superare le sue aspettative e fargli vivere un'emozione**, attraverso un'adeguata preparazione all'accoglienza e al servizio. La bravura del personale di sala sta nel riconoscere le esigenze degli ospiti, ricordare esattamente la composizione del menù e consigliare al cliente il piatto migliore (e con piatto migliore intendiamo quello che allo stesso tempo incontra i suoi gusti ed è in linea con le **necessità del ristoratore**). Nel momento in cui superiamo le aspettative del cliente, ha inizio un **processo di fiducia che lo induce a farsi consigliare** e ad essere più aperto alle proposte, preoccupandosi meno dell'**aspetto economico**. È' bene quindi conoscere quali tecniche utilizzare per mettere gli ospiti a proprio agio e quando il **suggestive selling** si rivela efficace, inizia la fase dell'**Up selling.** Ne è un esempio l'attenzione che ad un tavolo affinché non manchi il Beverage in modo da rimpiazzarlo immediatamente e non aspettare l'ordinazione da parte dell'ospite ma invogliarla. E' un **gesto di attenzione** che viene gradito dal cliente, nonché una delle tecniche di vendita al ristorante. **Se i dolci vengono proposti tempestivamente, il cliente non ha raggiunto la sazietà** in quanto la digestione non è cominciata. Un abile operatore di sala, supportato da un buon menù dei dolci, deve utilizzare il suggestive selling con parole calde ed emozionali per concludere la vendita e generare profitti all'azienda.

KEYWORDS

- Esigenze
- Gusti
- Emozione
- Suggestive selling
- Menu
- Up selling
- Vendita
- Il profitto

WELNESS DEPARTMENT

CURA LA TUA SETE DI FORMAZIONE CON LE "PILLOLE INFORMATIVE" DEL DIZIONARIO ANPA ACADEMY!

U UP SELLING – CROSS SELLING

Sono due strategie di marketing particolarmente utilizzate negli ultimi anni da molti brand prestigiosi: **upselling e cross selling**.

L'upselling viene impiegato per incoraggiare i clienti ad acquistare un prodotto di fascia superiore e quindi più costoso in alternativa a quello che ha già comprato o deciso di acquistare, mentre con il **cross-selling** si invitano i clienti ad acquistare prodotti o servizi correlati o complementari, di categoria diversa, in aggiunta al prodotto già acquistato.

Cross-selling e upselling sono simili in quanto entrambi offrono benefici distinti per l'azienda offrendo al cliente l'opportunità di migliorare il suo benessere con la fornitura di prodotti aggiuntivi o superiori che potrebbe non conoscere.

La chiave per il successo in entrambi è capire veramente ciò che i vostri clienti vogliono e poi rispondere con i prodotti e servizi corrispondenti che veramente soddisfano tali esigenze.

KEYWORDS

- ATR
- Increase RevPath
- Profit
- Ancillary revenue
- Total Revenue

GIULIA PITZALIS

Revenue Manager Courtyard by Marriott Rome Central Park - Roma

Docente Hotel Management
ANPA – Accademia Nazionale Professioni Alberghiere - Roma

TI ASPETTO IN AULA!
PRENOTA IL TUO CORSO!

CONTATTI

TELEFONO:
06.99706945 – 46; 393 9230999; 351 7002774

SITO WEB:
www.anpascuola.it

INDIRIZZO DI POSTA ELETTRONICA:
corsi@anpascuola.com

SEGUICI SU FACEBOOK!

ISCRIZIONI APERTE ALLE NUOVE EDIZIONI DEI CORSI PER SPA MANAGER

- ROMA
- FIRENZE
- BOLOGNA
- MILANO
- TORINO
- NAPOLI
- PALERMO
- CATANIA

HOUSEKEEPING DEPARTMENT

RITA MARSILI

EXECUTIVE HOUSEKEEPER
LUXE ROSE GARDEN PALACE - ROMA
Docente Tecniche di Housekeeping
ANPA – Accademia Nazionale Professioni Alberghiere - Roma

CURA LA TUA SETE DI FORMAZIONE CON LE "PILLOLE INFORMATIVE" DEL DIZIONARIO ANPA ACADEMY!

U COME UNIFORME

L' uniforme o divisa si indossa in hotel per mostrare l'appartenenza ad un settore.
E' molto importante perciò che le uniformi siano ben tenute: pulite, mai stropicciate e stirate. Sopratutto non è consentito variare da quello che è il "dress code" imposta dalla azienda.
Di solito ogni albergo ha dei colori che lo rappresentano per cui le divise del personale faranno anche queste riferimento ai suddetti colori.
Le cameriere, tempi addietro, avevano un grembiule con il grembiulino in vita, scarpe chiuse e calze, con il tempo sempre più alberghi hanno adottato pantaloni e casacca per dar modo alla cameriera di muoversi più agilmente.
Il facchino indossa pantalone, maglia e giacca per lo più con il collo alla coreana.
L'azienda si dovrà premurare di assegnare almeno 2/3 divise al personale in modo che siano sempre pulite ed in ordine.
In caffetteria e ristorante ovviamente troveremo un altro tipo di divisa che può variare la mattina per le colazione e la sera per la cena.
Normalmente hanno pantaloni, gilet e grembiule la mattina, pantalone camicia, giacca e cravatta la sera.
Abbiamo poi il reparto manutenzione: gli addetti indossano una maglia e un pantalone o salopette con tasche larghe che permettono di riporre gli attrezzi per le riparazioni.
Il reparto reception è sempre molto elegante con tailleur (gonna o pantalone) camicia giacca e foulard al collo.
Anche la governante indossa il tailleur e camicia.
Tutti avranno una targhetta sul petto che indicherà al cliente nome, cognome e settore a cui appartengono.
.

KEYWORDS

- ATTENZIONE
- PULIZIA
- COLORE
- PORTAMENTO

TI ASPETTO IN AULA!
PRENOTA IL TUO CORSO!

CONTATTI

TELEFONO:
06.99706945 – 46; 393 9230999; 351 7002774

SITO WEB:
www.anpascuola.it

INDIRIZZO DI POSTA ELETTRONICA:
corsi@anpascuola.com

SEGUICI SU FACEBOOK!

ISCRIZIONI APERTE ALLE NUOVE EDIZIONI DEI CORSI PER EXECUTIVE HOUSEKEEPER

- ROMA
- FIRENZE
- BOLOGNA
- MILANO
- TORINO
- NAPOLI
- PALERMO
- CATANIA

RESTAURANT DEPARTMENT

ANPA®
Accademia Nazionale Professioni Alberghiere

PAOLO BLASI

Docente Lab. Enogastronomia Sala / Vendita I.P.S.S.E.O.A. " A.Saffi" – Firenze –
Sommelier professionista AIS
F & B Manager - Consulente editoriale per Magazine settore Ho.Re.Ca
Autore testi Didattica professionale F & B per Mondadori - Edumond
Docente Tecniche di Sala e Bar
ANPA – Accademia Nazionale Professioni Alberghiere - Firenze

TI ASPETTO IN AULA!
PRENOTA IL TUO CORSO!

CONTATTI

TELEFONO:
06.99706945 – 46; 393 9230999; 351 7002774

SITO WEB:
www.anpascuola.it

INDIRIZZO DI POSTA ELETTRONICA:
corsi@anpascuola.com

SEGUICI SU FACEBOOK!

ISCRIZIONI APERTE ALLE NUOVE EDIZIONI DEI CORSI PER OPERATORI DI SALA E BAR

- ROMA
- FIRENZE
- BOLOGNA
- MILANO
- TORINO
- NAPOLI
- PALERMO
- CATANIA

CURA LA TUA SETE DI FORMAZIONE CON LE "PILLOLE INFORMATIVE" DEL DIZIONARIO ANPA ACADEMY!

U COME UTENSILERIA

Per poter svolgere un servizio di alto profilo in un ristorante, è fondamentale investire risorse in utensileria varia ed assortita per far fronte sia al tipo di Cucina proposta che al servizio di Sala effettuato. L'attrezzatura di Sala è sostanzialmente composta da **4 capisaldi** : **1) Cristalleria** che ricopre un importantissimo ruolo estetico e funzionale segnatamente per i bicchieri da Vino che si esalta in calici di forme e dimensioni diverse per le differenti tipologie e che , in estrema sintesi sono: flute con stelo e forma allungata per il servizio di Spumanti dal gusto "secco" -calice per Vino Bianco di dimensione raccolta, stelo e forma allungati - calici per Vino Rosso, classico Ballon con forma ampia e panciuta - coppa esclusivamente per vini "frizzanti" e "spumanti" dolci - bicchiere da acqua senza stelo, di forma media, piuttosto largo – calice da acqua con stelo, spesso utilizzato nella degustazione delle acque minerali – Caraffe per servizio "soft drinks" e vini da "pronta beva" – Decanter per il servizio di vino invecchiato (rosso) con evidente presenza di "fondata" **2)** Posateria suddivisa da "**mise en place**"(forchetta grande per risotti, paste alimentari, secondi di carne che, abbinata ad un cucchiaio grande, formano una "clip" – forchetta da pesce utile anche per la sfilettatura – forchetta da dessert per antipasti ,insalate, frutta – forchetta da dolce –coltello grande – coltello da bistecca con lama seghettata – coltello da pesce – coltello da dessert – coltello da dolce – coltello da burro fondamentale nel Breakfast – cucchiaio grande per "potages" e per la "clip" – cucchiaio da dessert per "consommès" e dolci cremosi) - e da "**servizio**" (Mestoli piccoli e grandi per servizio di salse e potages – coltello per pompelmo a lama ricurva – coltelli Boucher per carni – spatola con una parte seghettata e pinza per dolci) con adeguato impiego dell'acciao inox in luogo dell'argento sicuramente più' bello ma oneroso nella gestione **3) Porcellana**, bella e resistente ai frequenti lavaggi, normalmente bianca: "showplate" , piatto piano, piatto fondo ("fondina"), piatto da dessert – piattino da pane - finger bowl – tazza da consommé **4)** utensileria per il servizio al tavolo di cibo e vino , quali: cloche, seau à glace, mènage, "Mulino da Sale e pepe" , trèchaud, chafing dish, lampada per il servizio "flambè.

KEYWORDS

- Flute
- Ballon
- Coppa vini dolci
- Gusto "secco"
- Vino da "pronta beva"
- Decanter
- Mise n place
- Breakfast
- Clip
- Potages
- Consommès
- Coltello "Boucher"
- Showplate
- Finger Bowl
- Cloche
- Seau à glace
- Mènage

PASTRY DEPARTMENT

CURA LA TUA SETE DI FORMAZIONE CON LE "PILLOLE INFORMATIVE" DEL DIZIONARIO ANPA ACADEMY!

U COME UMIDITÀ

Il clima e l'**umidità** sono due aspetti importanti per la preparazione di un impasto che giocano un ruolo fondamentale durante una fase decisiva della preparazione: la lievitazione. Accelera la lievitazione un clima umido e/o caldo, mentre la rallenta un clima secco e/o freddo. E' bene notare che durante l'impastamento produciamo calore, quindi se la temperatura ambiente è di 30° dovremo bilanciare con la temperatura dell'acqua che prenderemo dal frigo. Un vero e proprio segreto per un'impeccabile preparazione è seguire la cosiddetta "**regola del 55**": la somma della temperatura ambiente, della temperatura della farina (uguale alla temperatura ambiente) e della temperatura dell'acqua dovrà essere di 55°. Altro aspetto fondamentale è l'**idratazione**: si intende la quantità di acqua che è presente in un impasto e viene espressa come la percentuale di acqua rapportata al peso della farina. Per capirci con un esempio pratico, se si fa un impasto utilizzando 600 g di acqua in 1 kg di farina si otterrà un'idratazione del 60 %. Assieme alla farina, l'acqua è l'elemento fondamentale degli impasti, i processi chimico-fisici che vengono innescati dall'unione di questi due elementi rendono possibile la formazione dell'impasto e la sua struttura.

KEYWORDS

- Acqua
- Temperatura
- Cottura
- Calore
- Ambiente
- Forno

EMANUELE VIRGILI

Sous Chef- Hotel Villa Eur Parco dei Pini- Roma

Docente Tecniche di Cucina
ANPA – Accademia Nazionale Professioni Alberghiere -Roma

TI ASPETTO IN AULA!
PRENOTA IL TUO CORSO!

CONTATTI

TELEFONO:
06.99706945 – 46; 393 9230999; 351 7002774

SITO WEB:
www.anpascuola.it

INDIRIZZO DI POSTA ELETTRONICA:
corsi@anpascuola.com

SEGUICI SU FACEBOOK!

ISCRIZIONI APERTE ALLE NUOVE EDIZIONI DEI CORSI PER PASTICCIERE, PASTICCERIA VEGANA E GLUTEN FREE

- ROMA
- FIRENZE
- BOLOGNA
- MILANO
- TORINO
- NAPOLI
- PALERMO
- CATANIA

KITCHEN DEPARTMENT

CURA LA TUA SETE DI FORMAZIONE CON LE "PILLOLE INFORMATIVE" DEL DIZIONARIO ANPA ACADEMY!

U COME UOVA

L'**uovo** è un alimento consumabile direttamente o come ingrediente in numerosi piatti delle cucine di tutto il mondo. Il più utilizzato è l'uovo di gallina, ma si consumano anche le uova di altri volatili: quaglia, anatra, oca, struzzo, eccetera. Nell'uso corrente il termine "uovo" senza altre precisazioni indica quello di gallina. Si consumano anche uova di pesci (caviale, uova di lompo, bottarga), di tartarughe, di molluschi (lumache). Le uova sono frutto di una strategia evoluzionistica di riproduzione sessuata che sfocia nell'emissione del prodotto del concepimento all'esterno degli organi materni prima della formazione dell'embrione…Madre Natura usa questo metodo per tramandare la vita da circa 400 milioni di anni. Noi da un paio di milioni ne sfruttiamo la grande bontà e fonte di energia per i nostri pasti. **Solo conoscendone i segreti consente di utilizzarlo al meglio in tutti i piatti.**

VALORI NUTRIZIONALI - Le uova forniscono una quantità significativa di proteine e di altri elementi nutritivi. Le uova in genere sono altamente nutrienti e forniscono una grande quantità di proteine complete di alta qualità, che contengono tutti gli amminoacidi essenziali per gli esseri umani, e forniscono quantità significative di parecchie vitamine e minerali, compresa la vit. A, riboflavina, acido folico, vit. B6, vit. B12, colina, ferro, calcio, fosforo e potassio. Sono inoltre uno degli alimenti singoli meno costosi contenenti proteine complete. L'uovo inoltre è uno dei pochi alimenti che contengono vitamina D.

CATEGORIE - Le uova vengono suddivise in: **Cat. A** - uova pulite, a guscio integro, con camera d'aria di altezza inferiore a 6mm destinate al commercio al dettaglio; non devono essere sottoposte a procedure di lavaggio o refrigerazione e devono riportare obbligatoriamente impressa la data di deposizione. **Cat. B** - tutte le uova che non rientrano nella categoria precedente sono destinate alle industrie alimentari di trasformazione.

GRAMMATURA - Le uova di cat. A vengono catalogate in base al peso in: XL, L, M e S- Per oogni taglia ci sono specifiche di peso.

CARATTERISTICHE FISICHE - **L'albume** è la parte esterna, trasparente, di consistenza più fluida e **coagula a +62°C**; è composto al 90% di acqua e al 10% di proteine. **Il tuorlo** è la parte interna, di colore giallo arancio intenso e **coagula a +65°C**; è composto da una miscela più complessa: contiene acqua al 50%, 17% proteine, 30% grassi e altri emulsionanti. L'uovo è un ingrediente che entra in innumerevoli ricette di dolci, gelati, piatti sapidi grazie alle sue proprietà **emulsionanti, coagulanti e schiumogene**. Il tuorlo dell'uovo ha un buon potere emulsionante grazie alla presenza di fosfolipidi che formano complessi lipoproteici con il colesterolo. L'aggiunta di sale o zuccheri aumenta la capacità emulsionante per riduzione dell'acqua extracellulare. Questa proprietà è importante nella preparazione di salse, maionese (salsa a base di tuorlo d'uovo, olio, limone e sale, e delle salse da questa derivate; è dovuto al potere emulsionante del tuorlo, qui rispetto all'olio. L'uovo, intero o solo tuorlo o solo albume entra comunque a far parte importante di molte altre salse) e gelati. L'albume ha un basso valore calorico, ma è ricco di proteine e rientra in alcune preparazioni come le meringhe.

LA RINTRACCIABILITÀ – Dal 2004 sul guscio di tutte le uova di gallina prodotte nell'Unione europea è necessario che venga marchiato un apposito codice che ne consente la rintracciabilità, indicando il tipo e il luogo di allevamento da dove proviene l'uovo stesso.

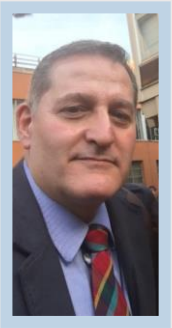
SICUREZZA: UOVA PASTORIZZATE – La pastorizzazione è un processo che subiscono alcuni alimenti destinati alla consumazione cruda che serve ad abbattere la carica batterica, senza alterare significativamente le proprietà dell'alimento stesso. In particolare è possibile trovare sul mercato GDO uova pastorizzate nelle tre differenti componenti (solo tuorlo, tuorlo ed albume e solo albume).

UOVA IN POLVERE - Le uova intere in polvere vengono principalmente utilizzate per la preparazione di prodotti da forno. L'albume d'uovo secco viene impiegato in due principali applicazioni: come legante nell'industria della lavorazione della carne e del pesce e come rinforzante del surimi, e per realizzare la schiuma di albume. Il tuorlo d'uovo essiccato viene utilizzato nella preparazione del gelato, del liquore all'uovo e in particolare nelle salse. Nel settore della panificazione il tuorlo d'uovo è ampiamente utilizzato anche per la doratura.

L'UOVO IN CUCINA - Da alcuni anni molti chef in Italia (e nel mondo) hanno incominciato la missione di nobilitare l'uovo come protagonista del piatto, rivalorizzandolo e dandogli una nuova dignità riportandolo ad essere protagonista. Sottolineiamo la parola "protagonista", ben diversa da ingrediente. Questi chef amano utilizzare le uova in maniera originale, le uova erano semplicemente un ingrediente, utile e indispensabile nel momento in cui si vuole preparare la pasta fresca, un dolce o una frittata, ma non erano da sole le protagoniste del piatto. Questi chef preparano il 'Tuorlo d'uovo fritto' o 'l'uovo sodo invertito' …Poi chiaramente la nostra cucina nazionale (migliaia di ricette..) vedono le uova come ingredienti usati in mille modi diversi come la nostra fantastica tradizione culinaria comanda da secoli.

KEYWORDS

- uovo
- tuorlo
- albume
- Pastorizzazione
- Proteine



DOTT. G. G COSTAMAGNA

Biologo - Roma

Docente HACCP e Igiene Alimenti
ANPA – Accademia Nazionale Professioni Alberghiere - Roma

TI ASPETTO IN AULA!
PRENOTA IL TUO CORSO!

CONTATTI

TELEFONO:
06.99706945 – 46; 393 9230999; 351 7002774

SITO WEB:
www.anpascuola.it

INDIRIZZO DI POSTA ELETTRONICA:
corsi@anpascuola.com

SEGUICI SU FACEBOOK!

ISCRIZIONI APERTE ALLE NUOVE EDIZIONI DEI CORSI PER CAMERIERE DI SALA E BARMAN

- ROMA
- FIRENZE
- BOLOGNA
- MILANO
- TORINO
- NAPOLI
- PALERMO
- CATANIA