

Hospitality 2024: crocevia di innovazione, formazione e sostenibilità nel panorama Horeca

scritto da Emanuele Fiorio | 22 Novembre 2023



Con uno sguardo rivolto al futuro dell'ospitalità e dell'industria enogastronomica, abbiamo avuto il piacere di approfondire con **Alessandra Albarelli, Direttrice Generale di Riva del Garda Fierecongressi**, le prospettive e le novità imperdibili della 48a edizione di [Hospitality](#) (in programma dal 5 all'8 febbraio 2024 al quartiere fieristico di Riva del Garda) che si presenta come un crocevia di innovazione, sostenibilità e sviluppo professionale nel panorama dell'Horeca e dell'enoturismo.

Albarelli ha condiviso i temi chiave al centro di questo evento, la sostenibilità, il turismo en-plein air,

l'inclusione e un focus dedicato all'accessibilità. Ma il cuore di questa manifestazione è il **legame umano: "The People Industry"**. Questa visione pone l'accento sul valore delle persone nell'ospitalità, un mantra che permea l'intero evento e riflette l'essenza di un settore basato sulla relazione e sull'accoglienza.

All'interno della kermesse, la **terza edizione di [Winescape](#) sarà il culmine di un viaggio attraverso l'enoturismo**, capace di unire l'eccellenza vitivinicola alle esperienze di accoglienza, valorizzando l'intersezione tra turismo, enogastronomia e prodotti di alta qualità. Il ricco programma non solo offre momenti di degustazione e presentazioni, ma anche un'ampia gamma di attività formative con esperti del settore, contribuendo così allo sviluppo delle competenze di imprenditori e professionisti del vino.

Quali sono i temi cardine e le principali novità proposte durante questa 48a edizione di Hospitality che si terrà dal 5 all'8 febbraio 2024?

Per la prossima edizione di Hospitality il quartiere fieristico ospiterà **oltre 600 aziende** e si riconferma il format diviso nelle **quattro aree tematiche** (Beverage, Contract & Wellness, Food & Equipment e Renovation & Tech) e tre aree speciali (Solobirra, RPM-Riva Pianeta Mixology e Winescape) che consentono a espositori e visitatori di organizzare al meglio la loro esperienza in fiera.

Grande attenzione sarà dedicata alla **sostenibilità, al turismo en-plein air, all'inclusione e all'accessibilità che si arricchisce di un nuovo spazio esperienziale** e conoscitivo realizzato in collaborazione con Village for All – V4A, il primo network italiano di ospitalità accessibile, e con Lombardini22, gruppo leader nello scenario italiano dell'architettura e dell'ingegneria.

Un programma eventi ricco di **numerose occasioni di formazione e aggiornamento professionale**, dove si alterneranno esperti, opinion leader, associazioni di categoria e attraverso il palinsesto di Hospitality Academy – realizzato in collaborazione con Teamwork – si potranno ascoltare gli interventi di consulenti e formatori legati alle tematiche più attuali del settore.

Hospitality, ha ottenuto, per il secondo anno consecutivo, la **certificazione di manifestazione internazionale**; uno status che garantisce qualità, affidabilità e favorisce l'incoming di buyer esteri, con un ricco Buyer Programme, ulteriore occasione per allargare gli orizzonti di business. Quest'anno puntiamo a nuovi mercati ed attendiamo delegazioni di operatori da **Slovenia, Paesi dell'est Europa, Francia, Scandinavia, UK, Paesi di lingua tedesca, oltre a Kenya e centro e sud America.**

“The People Industry”, la campagna di advertising di Hospitality 2024 pone al centro le persone. Può spiegarci meglio l'importanza di questo tema per l'evento?

Ciò che rende unica l'esperienza enogastronomica in un ristorante, il soggiorno in un hotel, la vacanza in un campeggio o semplicemente un aperitivo al bar è il sorriso della persona che ci accoglie e che si rapporta con noi per offrirci il servizio.

Il software conta più dell'hardware e per software intendiamo il contatto umano, la relazione, il desiderio di chi lavora di far star bene l'ospite. Questo significa che **il settore dell'ospitalità è in realtà la vera “Industria delle Persone”** e se dentro Hospitality questo concetto è sempre stato trasmesso nel programmare centinaia di appuntamenti dedicati agli operatori del comparto, oggi abbiamo deciso di dichiararlo e di farne il nostro mantra per i prossimi anni. **L'HoReCa non è l'industria dell'ospitalità, ma è “The People**

Industry” siano essi gli imprenditori o i collaboratori delle aziende che incontreremo in fiera.

Mi metto nei panni di un operatore o di una azienda del settore vino, perché dovrei partecipare a Hospitality – Salone dell’Accoglienza 2024?

La sezione dedicata al beverage all’interno della fiera si articola in due ambiti distinti, entrambi mirati a valorizzare sia le grandi produzioni vitivinicole e i marchi di spicco, sia i piccoli produttori. Questi comparti rappresentano integralmente le necessità degli operatori che vengono in fiera per conoscere le novità e trovare le giuste forniture per pubblici esercizi, ristorazione e strutture alberghiere.

Ogni anno, accogliamo circa 20.000 visitatori professionali, che costituiscono il pubblico ideale per le aziende espositrici per presentare prodotti e servizi presso i propri stand e avviare relazioni commerciali. Un’interazione che non solo consente di promuovere il proprio marchio, ma offre anche **l’opportunità di instaurare un dialogo proficuo con la community di operatori del settore.**

Siamo giunti alla terza edizione di Winescape, quali sono state le evoluzioni in questi anni e quali saranno le novità del 2024 nell’ambito dell’enoturismo e dell’ospitalità esperienziale?

Per il comparto del vino, con la nascita di Winescape abbiamo voluto porre l’accento su tutto ciò che riguarda l’ospitalità perché ormai sono tante le aziende vinicole che accanto al prodotto eccellente offrono esperienze dedicate al turismo, dalla più comune degustazione a soluzioni per la ricettività. Anche in questo settore è importante farlo al meglio ed esistono delle formule e delle idee innovative che ad Hospitality è possibile scoprire.

La prossima sarà appunto la terza edizione di Winescape e si presenterà ancora più ricca, grazie anche alla partecipazione dei Vignaioli Indipendenti nello "Spazio Vignaiolo", a cura del Consorzio Vignaioli del Trentino in collaborazione con alcune delegazioni locali [FIVI – Federazione Italiana Vignaioli Indipendenti](#). Questa partnership riflette la nostra convinzione di quanto sia importante **potenziare e unire il turismo, la buona gastronomia e i prodotti di eccellenza**. La sinergia tra questi elementi non solo aumenta l'attrattività del territorio e offre l'opportunità di moltiplicare le presenze turistiche, ma contribuisce a diffondere la conoscenza delle meraviglie artistiche, architettoniche e paesaggistiche del nostro Paese.

Quali tipi di eventi e opportunità di formazione sono offerti nella Winescape Arena e in che modo contribuiscono a sviluppare le competenze degli imprenditori e dei professionisti nel settore del vino?

Durante le quattro giornate sarà possibile **scoprire oltre 500 vini dei 100 produttori** del Consorzio Vignaioli del Trentino, partecipare a momenti di **degustazione con food pairing e prendere parte alle tante attività di formazione specialistica**.

Un programma ricco di incontri con esperti e opinion leader che porteranno la propria esperienza e le proprie conoscenze in una serie di dibattiti con l'obiettivo di fornire spunti, idee e soprattutto informazioni pratiche e utili agli imprenditori e ai professionisti del vino che intendono aprire la propria attività anche all'accoglienza o stanno creando delle esperienze nel mondo nell'enoturismo. **Tra questi anche momenti riservati alle aziende proposti dagli amici di Wine Meridian, che da tanti anni si impegnano per le buone pratiche in tema di enoturismo.**

Come sta rispondendo il settore Horeca allo sviluppo dirompente dell'intelligenza artificiale e quali sono le prospettive future?

Sicuramente le applicazioni più concrete dell'intelligenza artificiale per questo settore si riferiscono all'ambito marketing e comunicazione e nell'ampio padiglione dedicato alle nuove tecnologie e ai nuovi servizi ad esse connessi si troveranno soluzioni fondamentali per migliorare la relazione con l'ospite.

L'uso dell'AI comporta una trasformazione delle figure professionali necessarie per il settore ed è compito nostro portare all'interno dei seminari anche quell'attività di formazione utile al reskilling e upskilling degli operatori.

Sono convinta che **l'utilizzo dell'AI semplificherà alcune funzioni consentendo alle persone di dedicare più tempo all'ospite e alle attività di accoglienza e relazione.**

Come stanno evolvendo le risorse umane nel settore dell'ospitalità, considerando le nuove competenze richieste e le nuove professioni?

Prima di parlare di evoluzione, va evidenziata la difficoltà nel trovare collaboratori in quantità e di qualità adeguate alla crescita del mercato. **È necessario fare una riflessione di sistema sull'appeal occupazionale del settore** mettendo al centro i valori che stanno alla base del turismo e che sono l'accoglienza, l'ospitalità, l'interculturalità e l'esperienza. Le persone che condividono questi valori, se adeguatamente motivate dagli imprenditori, possono diventare il vero "X-Factor" della competitività.

Il tema delle competenze è importante ma diventa secondario rispetto alla passione e alla motivazione che conduce a scegliere questo mestiere.

Quali sono le principali tendenze e bisogni dei consumatori legate all'Horeca in Italia? E quali sono le peculiarità e le differenze principali rispetto ad altri mercati?

Lo dico in una parola: autenticità. E nell'essere autentici dev'essererci qualità di prodotti e servizi per offrire esperienze originali e caratterizzanti che differenziano l'azienda dai competitor.

I consumatori oggi si aspettano di essere riconosciuti e di avere il servizio adeguato alle proprie aspettative ed esigenze, sia in un hotel 5 stelle lusso che in un campeggio.

