

# 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'esserci 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.



**5 – 8  
FEBBRAIO  
2024**

48° EDIZIONE • RIVA DEL GARDA

**THE  
PEOPLE  
INDUSTRY**