Hospitality 2026, giù il sipario della 50° edizione: manifesto per un’accoglienza inclusiva, sostenibile e autentica

scritto da Emanuele Fiorio | 16 Febbraio 2026

La 50ª edizione di Hospitality – Il Salone dell’Accoglienza a Riva del Garda celebra un traguardo storico con numeri da record: 20.000 presenze e una spinta decisiva verso l’inclusione e la professionalità. Tra il progetto esperienziale “Di Ognuno” e le nuove strategie per l’enoturismo, l’evento si conferma il laboratorio d’eccellenza per il futuro dell’HoReCa, puntando su autenticità e relazioni umane.

Si è chiusa con un bilancio estremamente positivo la **50ª edizione di Hospitality – Il Salone dell'Accoglienza**, svoltasi nella cornice di Riva del Garda. I numeri parlano chiaro e fotografano un settore in salute e in profonda evoluzione: **quasi 20.000 visitatori** hanno animato i padiglioni, incontrando oltre **750 espositori**. Un dato particolarmente significativo riguarda il ricambio e l'interesse di nuovi player: ben il **38% degli operatori** presenti quest'anno è risultato composto da **nuovi ingressi**, a dimostrazione della capacità attrattiva della manifestazione.

La forza della community e l'esperienza del progetto "Di Ognuno"

Oltre le cifre, a caratterizzare questa 50° edizione è stato un clima di forte partecipazione emotiva. **Alessandra Albarelli**, Direttrice Generale di Riva del Garda Fierecongressi, ha messo in luce come il desiderio di incontro abbia superato la semplice dimensione commerciale: *"La community aveva voglia di incontrarsi a Riva del Garda, non soltanto per venire a vedere i prodotti, i servizi, per partecipare alla formazione, ascoltare testimonianze e visioni sul futuro ma per trovare una* ***reale occasione di confronto approfondito*****".**

Secondo la Direttrice, la qualità dell'affluenza e la durata della permanenza in fiera testimoniano il **ruolo dell'evento come piattaforma di riferimento per l'innovazione e il dialogo.** *"È bella l'interazione che si è creata tra tutti gli operatori e i partner che forniscono servizi"*, ha aggiunto, sottolineando lo speciale clima festoso legato alla cinquantesima edizione.

Uno dei pilastri di questa edizione è stato il **tema dell'accessibilità**, declinato attraverso l'innovativo **progetto "Di Ognuno"**. Si tratta di un percorso esperienziale che dura ormai da tre anni e che punta a sensibilizzare gli operatori

sulla progettazione inclusiva. *“È veramente entusiasmante dirvi che abbiamo ricevuto molti riscontri e tante persone hanno voluto fare l’esperienza del progetto”*, ha dichiarato Albarelli. Lo stand ha proposto un’esperienza immersiva di privazione e di accentuazione sensoriale per sensibilizzare i visitatori sulle sfide dell’accessibilità nel settore dell’accoglienza. Dopo essersi focalizzato sulla hall e la reception nel primo anno e sulla sala colazioni nel secondo, quest’anno il progetto ha esplorato gli **spazi outdoor**. L’obiettivo è comprendere come allestire gli spazi aperti per far sì che sia *“veramente uno spazio di tutti e, come diciamo noi, uno spazio ‘Di Ognuno’”*.

Enoturismo: la “business unit” per la sostenibilità economica

Il Salone non è stato solo vetrina, ma anche luogo di **alta formazione strategica.** Grande risonanza ha avuto il seminario dal titolo “Valorizzare il territorio attraverso l’accoglienza: nuovi orizzonti per gli agriturismi e le cantine trentine”, svoltosi nell’area **[Spazio]Vignaiolo**, che ha ospitato quasi **80 aziende artigianali** provenienti dal Trentino e da altri territori d’eccellenza.

Fabio Piccoli, Direttore di Wine Meridian, ha lanciato un monito chiaro sulla necessità di professionalizzare l’accoglienza, specialmente per le piccole e medie imprese del vino. *“È necessario essere consapevoli che oggi definire un investimento finalmente chiaro, professionale sull’enoturismo significa garantirsi una sostenibilità economica”*, ha spiegato Piccoli. Senza una **business unit efficace** dedicata all’ospitalità, molte imprese rischiano seriamente di perdere competitività.

Autenticità, umanizzazione e nuove

generazioni

Il futuro del turismo rurale, secondo l'analisi di Piccoli, risiede nella capacità di creare legami profondi e trasparenti. Oggi il turista cerca **esperienze sempre più autentiche** e, in questo contesto, le piccole imprese hanno un vantaggio competitivo unico se sanno puntare sulla **personalizzazione** e sulla **umanizzazione** del rapporto con l'ospite.

Questo approccio risulta decisivo per **intercettare i giovani**: *"L'altro aspetto importante è che oggi i turisti cercano esperienze sempre più autentiche. E in questa direzione le piccole imprese possono garantire una maggiore personalizzazione e maggiori relazioni con gli ospiti se riescono a far percepire quella che è l'identità più autentica dell'azienda, intercettando l'interesse anche delle giovani generazioni"*. Riuscire a far percepire l'identità più vera dell'azienda permette di costruire un rapporto di fiducia fondamentale per le nuove generazioni, generando al contempo un **indotto economico proficuo** per l'intero territorio.

L'eredità di un mezzo secolo di visione

La 50ª edizione di Hospitality non è stata una semplice celebrazione del passato, ma un manifesto per il futuro dell'HoReCa. Se i dati quantitativi confermano Riva del Garda come un hub insostituibile, è l'aspetto qualitativo emerso anche dalle testimonianze dei protagonisti a tracciare la rotta. Il successo di quest'anno risiede nella capacità di aver tramutato la fiera da "esposizione di prodotti" a **laboratorio di relazioni**.

L'accessibilità ha smesso di essere un obbligo normativo per diventare un'opportunità di **design e approccio empatico**, dove lo spazio si modella sulle esigenze dell'individuo. Parallelamente la sopravvivenza economica delle eccellenze italiane passa inevitabilmente per il **calore umano** e la

capacità di raccontare le radici culturali in modo professionale.

Hospitality 2026 lascia in eredità una lezione preziosa: in un mondo sempre più digitalizzato, il **vantaggio competitivo risiede nel saper restare "umani".** L'appuntamento è già fissato per la 51ª edizione a febbraio 2027, con la certezza che la strada tracciata verso un'accoglienza inclusiva, sostenibile e autentica sia ormai irreversibile.

Punti chiave:

1. Record di presenze con **20.000 visitatori** e oltre **750 espositori**, segnando un forte interesse da parte di nuovi operatori del settore.
2. Focus sull'**accessibilità outdoor** attraverso il progetto esperienziale "Di Ognuno" per promuovere un'accoglienza realmente inclusiva.
3. Centralità della **sostenibilità economica** nell'enoturismo tramite la creazione di business unit dedicate e professionali.
4. Valorizzazione dell'**identità autentica** e delle relazioni umane come leva strategica per intercettare le nuove generazioni.
5. Consolidamento della fiera come **hub di confronto strategico** e community, superando la dimensione della semplice vetrina commerciale.