

# Innovazione e inclusività, Hospitality 2024: la rivoluzione dello spazio accessibile

scritto da Emanuele Fiorio | 22 Gennaio 2024



L'intervista a Giovanna Voltolini, Exhibition Manager di [Hospitality – Il Salone dell'Accoglienza](#), ci offre uno sguardo approfondito e appassionato sulle **novità e gli obiettivi dell'edizione 2024**, in programma al quartiere fieristico di Riva del Garda dal 5 all'8 febbraio. Voltolini ci guida attraverso la concezione di uno spazio immersivo dedicato all'ospitalità accessibile, evidenziando il ruolo centrale dell'inclusività nel settore. Attraverso la partnership con Village for All – V4A e Lombardini22, emerge la volontà di

**promuovere il benessere sociale e creare valore economico.**

L'intervista si estende a tematiche fondamentali come l'integrazione delle neuroscienze nell'architettura, l'attenzione alle diverse esigenze, inclusi anziani e famiglie, e la prospettiva del turismo en plein air. Voltolini ci illustra anche **l'evoluzione di Winescape e l'importanza dell'area dedicata al beverage**, evidenziando le opportunità per gli operatori del settore.

**Come è nata l'idea di creare uno spazio immersivo dedicato all'ospitalità accessibile per l'edizione 2024 di Hospitality?**

**Il settore dell'ospitalità è fatto da persone che si prendono cura di altre persone, gli ospiti, anzi, tutti gli ospiti.** Per questo, dato che la mission di Hospitality è quella di offrire agli operatori del settore suggestioni ed esempi concreti per l'evoluzione e la crescita del proprio business, abbiamo deciso di dare ancora più spazio all'accessibilità, un tema trasversale nell'accoglienza, che riguarda e coinvolge ognuno. Senza dimenticare che si tratta di un'area con grandi opportunità. Consapevoli dell'importanza della tematica, in questa edizione **abbiamo voluto raccontare il design per tutti** destinato all'industria alberghiera ed extra alberghiera.

Ci siamo interrogati su quale fosse il modo migliore per dare evidenza all'*universal design* e come questo rappresenti anche una possibilità di sviluppo per la propria attività. **È nata così l'idea di un'area in fiera dove poter sperimentare altri modi di interpretare l'accoglienza**, con idee utili, soluzioni e strumenti pratici per ripensare gli spazi delle strutture ricettive e rispondere alle esigenze di un importante segmento di mercato che, secondo i dati dell'OMS, coinvolge il 15% della popolazione mondiale.

**Quali sono i principali obiettivi che vi ponete**

## **attraverso i percorsi esperienziali e la progettazione inclusiva?**

**Attrarre, coinvolgere, informare, condividere:** sono queste le quattro parole chiave che racchiudono il concept dello spazio esperienziale **DI OGNUNO**, all'interno del padiglione D, in cui verrà dimostrato come ogni esigenza di accessibilità possa diventare abilità spaziale grazie alla progettazione inclusiva.

Per farlo abbiamo scelto due partner d'eccezione, [Village for All – V4A](#), con cui abbiamo iniziato la collaborazione lo scorso anno, e [Lombardini22](#), gruppo leader nello scenario italiano dell'architettura e dell'ingegneria.

Insieme vogliamo dare il nostro contributo per creare benessere sociale e valore economico, permettendo ai nostri espositori e visitatori di allargare gli orizzonti di business.

## **Come si integrano le neuroscienze nell'architettura per agevolare le persone con disabilità?**

Applicare le neuroscienze al design significa guidare la **progettazione di uno spazio per influire sulla percezione e contribuire al benessere e alla diminuzione dello stress degli utenti** che si trovano in quella specifica area. Per esempio, la presenza di linee curve rispetto a forme spigolose nello spazio, diminuisce l'attivazione neurofisiologica a favore di una condizione di rilassamento.

## **Come viene integrata la prospettiva delle diverse esigenze, non solo le disabilità sensoriali ma anche le esigenze delle famiglie o dei senior?**

A queste tematiche saranno dedicati diversi eventi formativi che hanno proprio l'obiettivo di preparare il personale del settore alle esigenze particolari degli ospiti o, meglio, di

tutti gli ospiti. Essere accessibili e inclusivi significa infatti tenere conto di **ogni necessità, anche di famiglie, senior e di chi ha specifiche esigenze alimentari**. Per questo anche nel percorso espositivo ci saranno diverse idee per ripensare gli spazi e intercettare un importante segmento di mercato.

## **In che modo la partnership con Village for All – V4A e Lombardini22 ha contribuito a plasmare questa edizione?**

Il loro contributo è stato fondamentale per la realizzazione dello spazio DI OGNUNO. Si tratta di un progetto triennale che ogni anno si concentrerà su un'area diversa. **Quest'anno abbiamo scelto di indagare l'inclusività attraverso gli spazi della reception, ricreando l'esperienza del check-in e check-out con tre percorsi esperienziali** che raccontano le diverse esigenze dell'accessibilità per disabilità sensoriale visiva, disabilità fisica e motoria, disabilità sensoriale uditiva e disabilità cognitive, che permetteranno di vedere il buio, muovere lo spazio, ascoltare il silenzio. Il tutto con l'obiettivo non solo di migliorare la percezione di questa esperienza ma anche di contribuire al benessere dell'ospite e alla diminuzione dello stress degli utenti in questo specifico spazio.

## **Qual è il ruolo dell'inclusività anche nel contesto del turismo en plein air e come verrà concretamente sviluppata nell'area Outdoor Boom?**

**Il mondo dell'outdoor ha dimostrato negli anni volontà di essere non solo inclusivo ma anche sostenibile.** Le esperienze open air e le attività – soprattutto sportive – all'aria aperta hanno la caratteristica di essere, nella maggior parte dei casi, facilmente modulabili a tutti.

Strutture e operatori del settore non pensano solo ad esigenze di tipo fisico, sensoriale o cognitivo, ma per esempio ad

un'offerta family-friendly, al bike tourism o agli ospiti-lavoratori, la cosiddetta workation. **Nell'area Outdoor saranno presenti molte idee per le strutture ricettive** che si sviluppano en plein air o che vogliono aggiungere questi spazi alla loro attuale offerta, con soluzioni adatte a ognuno.

Inoltre, nell'ambito dei convegni dell'Outdoor Boom Arena, ne vorrei segnalare **due in particolare**:

- Il primo realizzato con Roberto Vitali, Ceo di Village For All nostro partner in tema di inclusività con “Orizzonti accessibili: espandere il turismo all'aria aperta per tutte le età e abilità”,
- il secondo “Sostenibilità d'impresa e i pilastri ESG: un nuovo modo virtuoso e profittevole per la gestione delle strutture ricettive outdoor” che vedrà tra i protagonisti anche Alberto Granzotto, Presidente di Faita-FederCamping (nostro partner nello sviluppo dell'area outdoor).

## **Come prevedete di coinvolgere i Vignaioli Indipendenti del Trentino nello spazio Winescape?**

**Quest'anno l'area speciale Winescape si trasforma in “Spazio Vignaiolo”**, grazie al consolidamento della collaborazione avviata lo scorso anno con il Consorzio Vignaioli del Trentino per permettere ai visitatori della fiera di vivere esperienze sensoriali uniche con i grandi prodotti di qualità del Trentino e non solo.

Un vero viaggio nella tradizione vitivinicola italiana, anche grazie al coinvolgimento di alcune delegazioni locali FIVI – Federazione Italiana Vignaioli Indipendenti. **I vignaioli indipendenti saranno presenti con oltre 120 aziende vitivinicole** per portare all'attenzione degli operatori ho.re.ca. presenti a Hospitality, i vini e il territorio, trasmettendo l'attrattività dei luoghi di produzione.

## **Quali vantaggi e opportunità possono cogliere gli operatori del settore vinicolo ed enoturistico partecipando a Hospitality 2024?**

Gli oltre 20.000 operatori professionali dell'intero comparto Ho.Re.Ca. che ogni anno visitano Hospitality rappresentano gli interlocutori perfetti con cui i nostri espositori possono avviare nuovi contatti.

Inoltre, a Hospitality sono **numerose le occasioni di networking, formazione e aggiornamento professionale uniti all'opportunità di allargare gli orizzonti di business** grazie alla partecipazione di delegazioni di operatori da Slovenia, Paesi dell'est Europa, Polonia, Francia, Scandinavia, Spagna, Portogallo, UK, Paesi di lingua tedesca, oltre a Kenya, Centro e Sud America.

## **Come si è evoluta l'esperienza di Winescape rispetto alle edizioni precedenti e quali novità presenterà quest'anno?**

Siamo alla terza edizione di Winescape e **negli anni il format è cresciuto e si è evoluto** anche perché sono sempre più le cantine che accanto alla semplice degustazione, offrono vere e proprie esperienze in vigna, inclusa l'ospitalità.

La novità di quest'anno è **l'importante partecipazione dei Vignaioli indipendenti che si alterneranno durante i 4 giorni di fiera**: presenza fissa per le 50 aziende trentine, mentre lunedì 5 febbraio sarà possibile degustare i vini proposti dalle 25 aziende altoatesine, martedì 6 febbraio quelli delle 25 trevigiane, mercoledì 7 febbraio si potranno incontrare i 25 Vignaioli dell'Oltrepò Pavese, per concludere giovedì 8 febbraio con dei banchi d'assaggio territoriali.

**Accanto al mondo del vino, Hospitality dà spazio a tutto il settore beverage. Quali sono le soluzioni**

## e le iniziative proposte?

Il Beverage è uno dei settori trainanti dell'economia mondiale, per questo anche quest'anno in fiera dedichiamo ampio spazio a questo segmento, sia nel percorso espositivo che attraverso un'articolata serie di attività formative.

Il padiglione C3 rappresenta una vetrina esclusiva e completa sul mondo delle bevande con **grossisti, fornitori e produttori di birra, liquori, acqua, torrefazioni e caffè, cantine, infusi, succhi e bevande analcoliche** per offrire le migliori soluzioni del beverage Ho.Re.Ca. e incontrare le diverse esigenze ed i gusti di tutti gli ospiti.

E nelle altre aree speciali [RPM – Riva Pianeta Mixology](#) e [Solobirra](#), una panoramica completa e approfondita sull'arte della miscelazione e sulla birra artigianale.

A RPM – Riva Pianeta Mixology, oltre alle proposte di produttori e distributori di grappe, distillati e di realtà specializzate negli accessori per il bartending, anche degustazioni, masterclass gratuite con le aziende e gli educational per bartender e professionisti di ristorazione e hôtellerie con i più **esperti e talentuosi mixologist del panorama nazionale e internazionale** come Samuele Ambrosi, Lucia Montanelli, Luca Picchi, Leonardo Pinto, Andrea Pomo e Leonardo Veronesi.

A Solobirra, l'area di riferimento del comparto brassicolo italiano e internazionale, la **grande novità 2024 è rappresentata dalla partecipazione della collettiva di birrifici artigianali bavaresi “Bayerisches Bier IGP”**, grazie al co-finanziamento del Ministero dell'Alimentazione, dell'Agricoltura, delle Foreste e del Turismo della Baviera, e alla collaborazione stretta da Riva del Garda Fierecongressi con il Bayerischer Brauerbund (Associazione dei birrifici bavaresi).

**Quali sono le sfide principali legate alle risorse umane nel settore dell'ospitalità e come pensate di affrontarle in questa edizione di Hospitality?**

Una delle sfide più grandi è quella di **trovare i giusti collaboratori, risorse specializzate e di qualità, indispensabili per restare competitivi** in un settore in continua evoluzione e crescita. Serve impegno e coinvolgimento e raccontare quanto sia appealing lavorare nel settore dell'ospitalità. E in questo, anche le scuole professionali giocano un ruolo fondamentale, lo vediamo quando vengono in fiera e dimostrano sempre grande interesse nell'incontrare i professionisti, sperimentare nuove soluzioni, scoprire particolari prodotti. È poi necessario motivare i propri collaboratori per creare squadra e *retainment*.

Non dobbiamo dimenticare che è grazie alla loro passione e dedizione che rendono unica ogni esperienza. **Sono parte fondamentale di "The People Industry", come sottolinea il claim della manifestazione.**