Hospitality 2023: polo d’eccellenza capace di coniugare servizi, attrezzature e formazione

scritto da Emanuele Fiorio | 30 Gennaio 2023



La 47a edizione di Hospitality, fiera internazionale del settore Horeca, si svolgerà all’interno del quartiere fieristico di **Riva del Garda dal 6 al 9 febbraio 2023**.

In occasione di questo rilevante appuntamento, ho intervistato **Alessandra Albarelli, Direttrice Generale di Riva del Garda Fierecongressi.**

Produzione vitivinicola ed enoturismo: il settore del vino è sempre più legato al mondo dell'ospitalità, lo dimostra Winescape, l'area speciale di Hospitality dedicata proprio a questa alleanza. Nonostante il trend positivo, quali sono secondo Lei le potenzialità ancora inespresse dell'enoturismo e come può contribuire Hospitality al suo sviluppo?

Le produzioni vitivinicole erano già presenti in fiera nell'area Food&Beverage, l'anno scorso abbiamo deciso di fare una selezione a livello nazionale con l'obiettivo di unire l'esperienza produttiva, la capacità di accogliere, raccontare come viene realizzato il prodotto, senza dimenticare la storia aziendale ed il territorio.

Riuscire a raccontare queste esperienze aziendali concrete significa creare una sorta di **trait d'union tra produzione agricola e turismo** perché diventino patrimonio di altre realtà e professionisti interessati.

Ad Hospitality, i protagonisti di Winescape racconteranno le loro esperienze di enoturismo e ricettività, ciascuno di loro ha creato un modello di business inedito che può rappresentare un esempio per altre imprese.

All'interno di Hospitality si entra in contatto con un **mix di elementi e si possono approfondire spunti, nozioni ed informazioni relativi a storytelling, marketing, strumenti digitali, accoglienza, arredamenti ed allestimenti funzionali.**

La manifestazione sarà impreziosita da appuntamenti, dibattiti, presentazioni e masterclass con esperti dell'ospitalità e della ristorazione che affronteranno tematiche legate ad enoturismo ed oleoturismo. Ci vuole parlare di Winescape Arena?

Winescape Arena ospiterà **diversi appuntamenti** sia per l'olio che per il vino che riguarderanno **consigli pratici su come costruire una offerta turistica vincente**, quali sono gli effetti dei cambiamenti climatici sulle coltivazioni e le conseguenze sull'attività turistica, il ruolo delle associazioni tra produttori nella costruzione dell'offerta

turistica del territorio e cosmesi a base di olio.

La produzione di vino e olio è sempre legata alle tradizioni locali, in questa direzione abbiamo organizzato incontri dal titolo ”Olio e memoria” in cui verranno presentati mestieri antichi e tradizioni per imparare a raccontare anche la storia del territorio. Un altro tema legato all’olio sono le degustazioni, il **noto pasticciere Manuel Marzari** durante le sue masterclass in fiera proporrà delle combinazioni originali tra cioccolato e olio oppure tra cioccolato e vino.

Un legame forte quello tra vino e olio, molte aziende infatti sono impegnate su entrambi i fronti produttivi. Avete voluto ampliare Winescape con un’area dedicata a 10 frantoi selezionati che propongono esperienze oleoturistiche che vanno oltre la classica degustazione. Dal vostro osservatorio, cosa cercano attualmente i turisti che visitano le aziende olivicole?

Gli oleoturisti cercano soprattutto **esperienze autentiche**, ma questa tendenza non riguarda solo questo settore. **Il turista odierno vuole assistere a delle situazioni vere, vuole parlare con le persone e farsi raccontare delle storie, godersi il paesaggio e stare a contatto con la natura.** Il paesaggio olivicolo è l’ideale per chi ricerca queste esperienze, lontano dal turismo di massa. Anche chi visita città molto importanti e turistiche, spesso si sposta a soggiornare in piccoli borghi, in territori dove agricoltori e allevatori rappresentano presidi di biodiversità. Partendo da prodotti come olio e vino, il turista può conoscere altri prodotti territoriali e questo esaudisce il bisogno e la domanda di scoperta.

Spazio anche agli spirits e alla cultura della mixology con appuntamenti formativi ed una importante partnership con FIBAR VALLADOLID (fiera internazionale di riferimento per il bartending), un ulteriore tassello nel percorso di internazionalizzazione di Hospitality. Quali saranno le opportunità per i professionisti ed i visitatori interessati?

Ad Hospitality 2023, nell'area RPM (Riva Pianeta Mixology) si susseguiranno tanti appuntamenti e saranno presenti molte aziende di produzione di distillati. Il livello della professionalità nei locali è aumentato moltissimo ed i ragazzi cercano di formarsi.

In quest'ottica, ad esempio, sarà presente il bartender **Leonardo Veronesi**, Project Manager RPM – Riva Pianeta Mixology e fondatore di Rivabar – High Quality Drink di Riva del Garda. Mercoledì 8 febbraio **Juan Valls**, bartender e co-Fondatore di FIBAR racconterà le tendenze che stanno sfondando in Spagna con un appuntamento dal titolo "The new era of spanish mixology".

L'Horeca sta attraversando una fase delicata dopo l'emergenza pandemica. Secondo gli ultimi dati FIPE, in Italia tra il terzo trimestre 2021 e il terzo trimestre 2022 si è registrata un'accelerazione delle chiusure di bar e ristoranti: 17.804 unità in meno. Le cause sono molteplici tra cui caro bollette e materie prime, costi energetici, mancanza di manodopera. Quali possono essere le strategie e gli strumenti innovativi per restare competitivi, ottimizzare i costi e anticipare le tendenze di settore?

Te lo dico in 3 parole: qualità, professionalità e varietà. C'è stato effettivamente un calo forte del numero di strutture, un po' è stato generato anche dal calo della domanda. Molte aziende hanno autorizzato lo smart working e questo ha avuto una ricaduta soprattutto sulle attività dei centri città. Bisogna cercare di **diversificare l'offerta**, se devo scegliere come consumatore cerco novità e prodotti originali, che non rispecchino la solita proposta.

C'è anche il rovescio positivo della medaglia, il 40% dei 585 espositori sono aziende che hanno scelto di essere presenti per la prima volta ad Hospitality. Cosa si aspettano dalla fiera e quali sono le principali opportunità ed occasioni che la fiera ha riservato per loro?

Sono aziende che vogliono vendere i loro servizi al settore Horeca e aziende che vogliono puntare su questo territorio.

Sanno che sono presenti visitatori che cercano prodotti per migliorare la qualità ricettiva. Inoltre **Riva del Garda è all'interno di un sistema forte e strutturato che è quello del Lago di Garda e del Garda Trentino. Attorno regioni come Lombardia e Veneto** attirano un bacino di visitatori impressionante, continuamente in crescita e garantiscono una qualità ricettiva al vertice.

La sostenibilità sociale del settore hospitality passa anche attraverso l'inclusione, ci parli della vostra collaborazione con Village for all – V4A.

Quella con Village for All -V4A è una collaborazione, questa società si occupa di consulenza ed è in grado di fornire indicazioni e strumenti adeguati per proporsi sul mercato dell'ospitalità accessibile. Ad esempio, **il percorso della fiera è stato studiato e rinnovato per rendere la visita accessibile per tutti.** Accessibilità significa avere accorgimenti per persone ipovedenti, cieche, ipoudenti, sorde, per chi ha disabilità motorie o disabilità legate alla sfera cognitiva e/o comportamentale. Abbiamo creato **percorsi per aiutare i professionisti dell'Horeca a prendere in considerazione tutti questi aspetti.**

La ricettività deve essere inclusiva, il problema non riguarda la tipologia di handicap, siamo noi operatori turistici che dobbiamo pensiamo alle esigenze a 360°. **I prodotti esposti in fiera daranno ai professionisti la possibilità di allargare le possibilità di accoglienza e di conseguenza la gamma degli ospiti.**

Aggiornamento e formazione sono pilastri della vostra offerta fieristica, ci può spiegare in cosa consiste la vostra Hospitality Academy?

La parte più consistente di Hospitality riguarda la varietà espositiva, ma **la formazione ha un grandissimo richiamo**, quando siamo partiti anni fa non pensavamo che si sviluppasse in maniera così prorompente. Oggi abbiamo **oltre 150 relatori, 40 appuntamenti in 3 sale parallele**: metaverso, tecnologie

innovative, design alberghiero, wellness, outdoor. Lo spazio Outdoor BOOM è stato ideato e realizzato per chi è alla ricerca di ispirazioni e nuove idee per ripensare gli spazi di accoglienza all'aria aperta e ampliare le proprie possibilità di business. C'è una fortissima domanda di attrezzature e attività outdoor, spazi dedicati nelle strutture ricettive come il glamping, le case sugli alberi o innovative case mobili nei camping.