

Fiera Hospitality: l'accoglienza a 360 gradi

scritto da Roxana Zeca | 18 Maggio 2022



L'ospitalità, un comparto estremamente importante non solo per il comparto vinicolo bensì per numerosissimi settori dell'economia italiana.

Alla ripartenza della stagione enoturistica estiva, abbiamo intervistato **Alessandra Albarelli**, **Direttrice generale Riva del Garda Fierecongressi** ed **organizzatrice di Hospitality-Il Salone dell'accoglienza**, per una panoramica approfondita sul settore e nuovi progetti.

Alessandra, si è tenuta lo scorso marzo **Hospitality-Il Salone dell'accoglienza**, una delle fiere più importanti dedicate all'ospitalità ed alla ristorazione, che ha preannunciato l'apertura della stagione estiva di incoming. Quali sono stati i riscontri incontrati?

Nonostante lo slittamento di due mesi rispetto al consueto posizionamento in calendario, **siamo soddisfatti dei risultati di questa prima edizione in presenza post Covid**. La scelta di aprire la manifestazione il lunedì, invece della domenica si è confermata vincente perché ha qualificato l'interazione professionale tra espositori e visitatori, seppur a scapito delle presenze di pubblico che la giornata festiva storicamente generava. Ristoratori e albergatori, in particolare di categorie 4 e 5 stelle, sono stati i principali attori, provenienti da tutte le regioni d'Italia. **Non è mancata poi la presenza di buyer internazionali provenienti da Germania, Ungheria, Svizzera, Belgio, Malta, Grecia, Croazia e Uzbekistan.**

Il nostro prossimo obiettivo è quello di ottenere la certificazione di manifestazione internazionale e proseguire potenziando l'incoming di buyer provenienti da più Paesi.

Abbiamo visto che c'è stata una bellissima novità proprio dedicata al vino ed all'enoturismo. Vuoi illustrarci più approfonditamente il progetto?

Dedicare un'area alle aziende del vino e alla loro proposta di accoglienza ed offerta turistica è stata un'intuizione vincente. Un'opportunità per gli espositori per presentare le loro formule di ospitalità in un contesto molto più ampio di quello tipicamente settoriale, potendosi confrontare con i professionisti del settore Ho.Re.Ca..

L'idea è nata dalla considerazione che **per Riva del Garda Fierecongressi non avrebbe avuto senso entrare nel mondo del vino con una manifestazione legata ai percorsi di qualità del prodotto**, ambito già ben presidiato da eventi fieristici consolidati. Abbiamo invece pensato al potenziale legato all'accoglienza in cantina e nelle strutture presenti all'interno delle aziende vitivinicole. Così abbiamo scelto di investire nel legame tra vino e ospitalità.

Quest'anno siamo partiti con uno **spazio di 500 mq** che ha ospitato 10 selezionate cantine, nove italiane rappresentanti di tutto il territorio nazionale e una estera, che uniscono alla produzione vitivinicola una proposta turistica con forme di ospitalità in vigna e la valorizzazione del patrimonio culturale, paesaggistico ed economico locale.

Il naming Winescape richiama i termini Escape e Landscape e sintetizza perfettamente lo spirito dell'area: raccontare il vino, la storia e la cultura di un territorio come stile di vita, un'occasione di evasione e di esplorazione di una nuova dimensione.

Winescape non è solo spazio espositivo, ma un **laboratorio di idee e strumenti** per gli operatori del settore determinati a rendere sempre più attrattiva la propria struttura, sia per coloro che vogliono trasformare ed espandere l'attuale modello di business introducendo nuovi servizi di accoglienza oppure ampliando e diversificando l'offerta. All'interno dell'area infatti non sono mancati i momenti formativi, dibattiti e presentazioni con esperti per affrontare tematiche come gli aspetti produttivi, legali ed economici delle indicazioni geografiche e il rapporto con l'offerta turistica del territorio.

Siamo convinti dell'**ampio potenziale di Winescape**, anche perché quello del turismo del vino è un segmento di mercato in continua crescita e tra i fattori che influenzano la scelta di una destinazione rientrano, oltre a un sempre maggiore interesse per le cantine situate in strutture storiche, anche il paesaggio e la cultura del luogo. L'enoturista vuole infatti comprendere le caratteristiche del vino degustato e ne studia il territorio di provenienza attraverso sapori e profumi, tradizioni e cultura.

E, grazie a Hospitality, mettiamo a disposizione di un settore produttivo come il vino tutte le competenze professionali, di marketing e comunicazione che sono proprie dell'ospitalità,

cercando di rafforzare le competenze aziendali necessarie per potersi proporre in ambito turistico.

Secondo il vostro osservatorio, qual è la situazione del settore Hospitality dopo la pandemia e quali saranno le strategie future da adottare per l'accoglienza italiana specialmente nel settore vinicolo.

La ripresa c'è, anche se forse non così forte come tutti abbiamo sperato. Con l'allentamento delle misure e nonostante il conflitto in Ucraina, abbiamo riscontrato fiducia e ottimismo da parte degli operatori del settore. Anche se **il caro dei prezzi delle materie prime e dell'energia andrà a riversarsi sui consumatori finali.**

Tra le strategie da mettere in atto, l'innalzamento della qualità delle strutture e l'offerta di nuovi servizi per andare incontro alle mutate esigenze della clientela tra natura, benessere e sostenibilità. **Ripensare gli spazi, investire sulla digitalizzazione, puntare sul territorio e sul rinnovamento in chiave green, senza dimenticare la sicurezza.** Importante anche creare sinergie con altre realtà locali per valorizzare l'offerta. E nel settore enoturistico c'è ampio potenziale di crescita, soprattutto se consideriamo che tra le nuove tendenze che si stanno affermando troviamo il turismo all'aria aperta che offre l'opportunità di rafforzare il senso di rispetto per l'ambiente e di esprimere e potenziare le competenze del territorio.

Con Hospitality vogliamo offrire agli operatori del settore dell'ospitalità e dell'accoglienza **gli strumenti più innovativi per evolvere e continuare a restare competitivi.**

Quali sono i vostri progetti futuri? Puoi già anticiparci qualcosa sui focus della prossima edizione?

Siamo già al lavoro per **sviluppare ed ampliare l'area dedicata all'enoturismo** – anche con possibili sinergie e collaborazioni con fiere internazionali – e stiamo pensando a nuovi progetti

per allargare ulteriormente la proposta espositiva a diverse categorie merceologiche, come l'outdoor, il gelato nella ristorazione, l'olio. Non smetteremo di puntare sulla formazione per permettere alle aziende di potersi specializzare sempre di più per cogliere le opportunità e interpretare le nuove necessità della clientela. **La digitalizzazione resta fondamentale** e come Riva del Garda Fierecongressi siamo anche impegnati nell'implementazione e nel continuo sviluppo di piattaforme online dedicate con l'obiettivo di facilitare la connessione tra operatori ed estendere il business oltre il momento fieristico.