

Professionalità, innovazione e formazione: l'edizione 2024 di Hospitality punta su “The People Industry”

scritto da Redazione Wine Meridian | 19 Settembre 2023



Il mondo dell'ospitalità sta attraversando una fase di grande trasformazione: grazie all'avanzamento tecnologico e alle nuove tendenze del mercato, il cambiamento si riflette anche sulle professionalità del settore e sulle loro competenze.

Proprio per evidenziare e focalizzare il valore delle persone e dei mestieri dell'ospitalità, [Hospitality – Salone dell'Accoglienza](#) – la fiera internazionale leader in Italia

del settore Ho.Re.Ca. – per la 48° edizione in programma al quartiere fieristico di Riva del Garda dal 5 all’8 febbraio 2024, ha scelto di porre l’accento nella **nuova campagna di advertising su “The People Industry”**. Perché quello delle professionalità del settore è un valore che viene fortemente percepito anche dagli ospiti che, oltre ai ricordi Milano, della bellezza dei paesaggi e delle esperienze, si portano a casa anche quelli delle persone e dei servizi.

L’importanza di **“The People Industry”** trova conferma nei dati economici del nostro Paese, in cui **l’impatto diretto e indiretto prodotto dall’industria dell’ospitalità** – dal food al beverage, dal wellness all’outdoor – **ha raggiunto il 6,9% del Pil** (dato Indice Tourism Satellite Account 2023), generando **4,5 milioni di posti di lavoro, di cui 3,4 milioni a tempo indeterminato**.

*“Il settore Ho.Re.Ca. è guidato da passione e dedizione per offrire esperienze eccezionali ai propri clienti. Perché possa continuare a crescere in un mondo in rapida evoluzione, è essenziale tenere conto delle esigenze delle persone che ne compongono il suo cuore pulsante – spiega **Alessandra Albarelli, Direttrice Generale Riva del Garda Fierecongressi**. – Con questa idea è nata la campagna di comunicazione di Hospitality 2024 che riflette l’attenzione costante della manifestazione verso le sfide che il comparto affronta quotidianamente e si concentra sull’importanza di promuovere una cultura di inclusione, formazione continua e responsabilità sociale all’interno dell’industria. Il concept è stato sviluppato in collaborazione con partner scientifici e consulenti che, grazie alla propria expertise, hanno contribuito a mettere in primo piano “The People Industry”.*”

La trasformazione del settore e le sue competenze trovano espressione nell’immagine realizzata dallo studio di comunicazione e design The Studio e grazie alla disponibilità dei titolari e del personale di Hotel Al Sorriso Green Park & Wellness e Rivabar – High Quality Drink. La **campagna**

pubblicitaria della 48esima edizione di Hospitality porta infatti l'ospite a riflettere sull'importanza di ciascuna figura professionale che con impegno, attenzione e dedizione permette di rendere unica ogni esperienza, rispondendo alle diverse necessità: concierge, chef, direttrici e direttori d'albergo, bartender, sommelier, receptionist e chi si occupa del servizio ai piani, solo per citarne alcune.

*"L'industria del turismo si conferma un settore trainante del nostro Paese che trova nella competenza e nella passione delle persone che ci lavorano uno dei suoi maggiori punti di forza. – commenta **Giovanna Voltolini, Exhibition Manager di Hospitality.** – Si tratta di professionalità in costante evoluzione, sia per il cambiamento nelle esigenze e nelle priorità degli ospiti che per il sempre maggiore peso, come ormai in tutti i settori, dell'information technology. **L'utilizzo dell'AI e delle sue applicazioni ha contribuito infatti alla nascita di nuove professioni e al reskilling e upskilling di quelle più tradizionali,** come camerieri e concierge. Possiamo parlare di una digitalizzazione a due vie, sia nella gestione tecnologica dell'ospitalità che nell'integrazione della precisione del digitale, in cui gli investimenti Ho.Re.Ca. sono in costante crescita, con la competenza e l'empatia umana che garantisce una maggiore personalizzazione dei servizi improntati al benessere dell'ospite."*

Nell'ultimo anno in Italia le **aspettative di assunzione nel settore della ristorazione e dell'ospitalità sono cresciute del 14%** (Fonte: Manpower Italia con APCI a partire dalle stime del sistema Excelsior di Unioncamere-ANPAL). Quello che però è cambiato, sono **le competenze richieste anche rispetto ai ruoli più tradizionali** ed emerge chiaramente l'importanza delle skills digitali e di marketing. Tra i "nuovi" lavori, per esempio, il sommelier 2.0 che nell'enoturismo oltre a gestire la carta dei vini segue la promozione dei prodotti, o il digital waiter, che coordina gli ordini provenienti da

piattaforme digitali.

La campagna sarà on air sulla stampa, sulle testate specializzate del settore Ho.Re.Ca., sul web e sui canali social a partire dalla seconda metà di settembre 2023.