**Professionalità, innovazione e formazione: l’edizione 2024 di Hospitality punta su “The people Industry”.**

**Leader nel settore Ho.Re.Ca. in programma a Riva del Garda dal 5 all’8 febbraio, nella sua campagna di advertising la manifestazione racconta il valore delle persone che rendono unica ogni esperienza di ospitalità.**

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.

Per evidenziare il valore delle persone e dei mestieri dell’ospitalità, la nuova campagna di advertising della 48° edizione di **Hospitality – Salone dell’Accoglienza**, la fiera internazionale leader in Italia del settore Ho.Re.Ca., in programma al Quartiere Fieristico di Riva del Garda dal **5 all’8 febbraio 2024**, ha scelto di porre l’accento su **“The People Industry”**. Perché quello delle professionalità è un valore che viene fortemente percepito anche dagli ospiti i quali, oltre ai ricordi 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 dalla passione e dedizione: perché possa continuare a crescere in un mondo in rapida evoluzione, è essenziale tenere conto delle esigenze delle persone che ne compongono il 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 dell’Hotel Al Sorriso Green Park & Wellness di Levico Terme, e di Rivabar - High Quality Drink di Riva del Garda.

La nuova campagna pubblicitaria invita 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 garantiscono 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). Sono però cambiate 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.

Riva del Garda, 18 settembre 2023