

Parma

Turismo Il forum italiano del settore al Paganini

Shopping tourism: il mercato di Parma sempre più globale

Il Parmense nelle strategie dei grandi operatori

950 mila

Turisti
Le presenze a Parma nel 2025. Una risorsa anche per i negozi di vicinato alle prese con il calo dei consumi interni. Il territorio entra anche nella strategia dei grandi operatori.

«Non si cresce per metri quadrati: quello che vince è la forte identità del luogo». È questa la direzione indicata da Edoardo Vittucci, Chief Brand Partnerships Officer di The Bicester Collection, per il futuro dello shopping tourism. Non più soltanto acquisti, ma un'esperienza che unisce commercio, cultura, ospitalità e territorio. Un tema che ieri all'Auditorium Paganini è stato al centro della nona edizione di «Shopping Tourism - Il forum italiano», organizzato da Risposte Turismo, con 150 operatori del turismo e del retail.

Secondo Francesco di Cesare, presidente di Risposte Turismo, il fenomeno nasce dall'incrocio tra «il commercio e il turismo». Secondo lo Shopping Tourism Italian Monitor, il 71% degli spagnoli e il 67% dei britannici ha già viaggiato per fare acquisti e anche tra chi non lo ha ancora fatto emerge interesse verso l'Italia. La sfida è passare

dalla spontaneità a una strategia. «In questi anni l'Italia è stata soprattutto il movimento spontaneo che ha portato numeri sullo shopping tourism», ha osservato Roberta Frisoni, assessore al Turismo, commercio e sport della Regione Emilia-Romagna. «Ora occorre legare ed eventi» ha sottolineato.

Una prospettiva che riguarda da vicino Parma, scelta come sede del forum e presentata come destinazione capace di unire shopping, food e wine. «Il turismo aggrega tante forze economiche», ha ricordato Mario Marini, direttore di Parma Welcome. Sul rapporto tra i due settori è intervenuto anche Vittorio Dall'Aglio, presidente di Confcommercio Parma, richiamando il ruolo della nuova Dmo di Parma. «Era giunto il momento per Parma e il suo territorio di compiere un vero salto di qualità nella pro-

Parma fa squadra
Le realtà del nostro territorio sono state protagoniste del forum nazionale di ieri al Paganini.

mozione, nel coordinamento e nell'organizzazione dell'accoglienza», ha spiegato.

Nel 2025 la città ha infatti superato le 950mila presenze, una risorsa anche per i negozi di vicinato alle prese con il calo dei consumi interni. Il territorio entra anche nella strategia dei grandi operatori. «Il futuro dello shopping tourism risiede nella capacità di creare connessioni tra destinazioni, territori ed esperienze», ha spiegato Vittucci. «Prima del viaggio intercettiamo il visitatore, poi gli offriamo un'esperienza che va oltre l'acquisto e nel post visit lo accompagniamo alla scoperta del territorio, tra Food e Motor Valley».

«Aver portato a Parma l'evento più importante sullo shopping tourism non solo ribadisce la centralità della nostra città per quanto riguarda le politiche di promozione turistica, ma segna di fatto l'avvio dell'attività operativa della Fondazione Par-

ma Welcome, che, come Comune, abbiamo fortemente voluto e sulla quale investiamo importanti risorse pubbliche - hanno dichiarato Lorenzo Lavagetto, vicesindaco con delega al Turismo, e Chiara Vernizzi, assessora alla rigenerazione urbana - Per Parma il legame tra commercio, cultura e gastronomia è parte costitutiva dell'identità cittadina: entrare in un negozio, incontrare un commerciante, acquistare un prodotto locale significa entrare in contatto con il territorio, e proprio per questo turismo e commercio vanno pensati come parti di uno stesso ecosistema. Un evento come questo funziona per una città quando chi vi partecipa non si limita a vivere il luogo dell'incontro, ma entra in relazione con il tessuto urbano che lo ospita: le strade, i quartieri, le attività di prossimità, la ristorazione. E in questo passaggio che la presenza turistica diventa opportunità

diffusa. Nessuna amministrazione può costruire da sola una destinazione attrattiva: serve la collaborazione con commercianti, associazioni di categoria, operatori turistici e imprese, ed è questo il metodo su cui continueremo a lavorare».

Spazio poi anche alla Gen Z, alle abitudini di spesa legate a età e reddito e al rapporto con nuove esperienze di viaggio. «La Generazione Z sta ridefinendo le coordinate di questo fenomeno», ha osservato Patrizia Pungelli, presidente di Federmoda Parma. E con l'evoluzione del turismo, si va oltre il semplice acquisto. «Lo shopping è parte di un'esperienza autentica e memorabile», ha sottolineato Vittucci. Per Parma, quindi, la sfida è fare dello shopping una porta d'ingresso alla città: dal negozio alla tavola, dalla cultura alle esperienze.

Althea Squicciarro

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ogni-kelly.com



trasportirapidi.eu





il partner ideale al tuo fianco

Trasporti Alimentari a Temperatura Controllata

Gestiamo un servizio di **collettame merce fresca** con partenze quotidiane da Sorbolo di Parma, **garantendo consegne puntuali in tutta Italia.**

info 0521 664002

Trasporti Rapidi è parte del gruppo



guidati dalla passione

Contattaci Subito!
Fotografa il QRCode con il Tuo Smartphone compila il form online direttamente

