Fidenza Village si ingrandisce e punta sull'ospitalità per rendere lo shopping tourism memorabile

Fidenza Village si amplia e inaugura un nuovo concept per lo shopping tourism. Da pochi giorni è infatti operativa la nuova area della cittadella dello shopping di Value Retail, una delle 9 in Europa: grazie a un investimento di 30 milioni di euro l'outlet si è ampliato di ulteriori 3500 metri quadri che si aggiungono ai 21mila già esistenti.

Il rinnovamento non si limita però alle dimensioni ma prova a definire un nuovo standard di servizio al cliente in cui "l'ospite è al centro di tutto", come spiega **Giusepper Servidori**, business director value retail di Fidenza Village: "Nei nostri villaggi i visitatori devono sentirsi sempre al centro dell'attenzione, dai servizi offerti ai programmi di attività, all'attenzione dedicata dal personale del villaggio.

Non a caso Fidenza Village ha investito molto in formazione sull'accoglienza, concentrandosi soprattutto sul personale impiegato nei negozi, grazie alla convenzione con una scuola d'eccellenza come l'**Ecole Hotelerie di Losanna**.

fidenza-village_the-concierge Una vera shopping destination il cui fiore all'occhiello è il nuovo "**Concierge**", una vera e propria reception del centro dedicata all'accoglienza e all'assistenza degli ospiti con particolare attenzioni al pubblico internazionale che visita l'outlet.

"Fidenza è una meta di turismo incoming - ci spiega **Marcelo Molinari**, group tourism director di Fidenza Village - gli arrivi più numerosi sono in primo luogo dalla Russia, seguita da Cina, Corea del Sud e Giappone".

Il successo di Fidenza nel turismo deriva da una forte strategia di partnership con 20 compagnie aeree e 400 tour operator, incentrata su programmi di fidelizzazione e l'inserimento in pacchetti viaggio.

A livello locale vengono inoltre stretti accordi con destinazioni locali come hotel, musei, teatri ed eventi.