Il turismo resta protagonista a Fidenza Village

Fidenza Village ha partecipato anche quest'anno al TTG di Rimini per presentare le novità dei mesi autunnali. Fra queste, il rinnovo all'insegna dell'italianità della mainstreet, il corso principale del village, uno degli 11 di The Bicester Village Shopping Collection.

Grazie alla partnership con il rinomato studio Vudafieri-Saverino Partners, degli architetti Tiziano Vudafieri e Claudio Saverino, Fidenza celebra il suo 15° compleanno si rinnova infatti vcon un progetto outdoor che rivisita la mainstreet attraverso il concetto di “Grand Tour d’Italia”. Uno storytelling che coinvolge l’organizzazione degli spazi esterni, ispirato al concetto di piazza come luogo cardine nello sviluppo della socialità italiana. In questa visone i ristoranti e caffè del Villaggio sono rivisitati come i gazebo e le terrazze tipici delle piazze italiane.

Grazie alla particolare forma della pianta del Villaggio, che richiama lo stivale italiano, sono stati inseriti nella mainstreet diversi elementi che fanno sì che gli ospiti possano ripercorrere e rivivere l’atmosfera del “Grand Tour d’Italia”, sogno di generazioni di viaggiatori stranieri.

Il viaggio viene raccontato con suggestioni, attraverso un viale che propone mondi cromatici, materiali ed essenze che richiamano le peculiarità del Nord, Centro e del Sud Italia. Il Nord d’Italia viene identificato con colori e toni freddi come salvia e olivo, il Centro con la palette “terracotta-rose” e infine il Sud con i colori che richiamano l’arenaria, tipica degli edifici del Mediterraneo.

"Il turismo in questo modo sarà sempre più al centro dell'esperienza di shopping - ribadisce Silvia Tagliaferri, tourism director di Fidenza Village - Questo approccio è confermato dai numeri che vedono ospiti di 166 nazionalità acccolti in 15 anni di attività e dalle vendite tax free che hanno registrato un +14% da gennaio a settembre".

Visite straniere che quindi continuano a gonfie vele nonostante non si sia avverata la promessa di Blu Panorama dei nuovi voli dalla Cina verso Bologna.

"Sicuramente quella di Blu Panorama è stata una delusione - aggiunge Tagliaferri - noi ci contavamo molto ma bisogna ammettere che è davvero complesso ottenere tutti i permessi necessari. Noi in ogni caso siamo soddisfatti dell'andamento con circa il 22% di visitatori dall'estero e una maggiore attenzione alla nostra promozione all'estero dove ho potuto constatare una maggiore considerazione rispetto al passato".

Un ulteriore elemento di novità a Fidenza è l’ampliamento dell’offerta turistica, grazie ad una gamma di pacchetti turistici fra cui spicca l’esclusiva partnership conFerrari denominata “Musei Ferrari

Experience”. Di particolare interesse per gli ospiti internazionali, la partnership prevede, al raggiungimento di una soglia minima di spesa, la visita al Museo Ferrari di Maranello e al Museo Enzo Ferrari di Modena, oltre a ulteriori benefici. Altre partnership esclusive sono quelle con il Museo Verdi, il Museo del Violino di Cremona o il Museo Teatrale de La Scala, ma anche esperienze uniche, come la possibilità di vivere l’incanto dei Castelli del Ducato dall’alto, sorvolandoli in mongolfiera, o gli aperitivi nelle cantine dei laboratori gastronomici del Culatello di Zibello e le visite ai musei del cibo, dal Parmigiano Reggiano al Prosciutto di Parma.