

E-COMMERCE LA SOCIETÀ VENDE I PRODOTTI TIPICI. HA OLTRE 5 MILA CLIENTI, IL 75% ALL'ESTERO

Parmashop, il Parmigiano a casa di Schwarzenegger

L'ad Nesti: siamo stati tra i primi in Italia. Negli Usa i maggiori contatti

Patrizia Ginepri

Arnold Schwarzenegger adora il Parmigiano Reggiano e già questa è una notizia. Però non tutti sanno che l'ex governatore della California ordina il "re dei formaggi" a una società di e-commerce parmigiana e dopo soli tre giorni il prodotto **Dop** arriva direttamente nella sua casa californiana. D'altra parte non è l'unico cliente vip di Parmaitaly-shop: in pochi anni questa realtà, che ha la sua base operativa in Piazzale Salsi si è affermata sul mercato on-line, fidelizzando oltre cinque mila clienti, dei quali il 75% all'estero.

Basta cliccare su www.parmashop.it per capire: i prodotti sono nientemeno che il Prosciutto di Parma, il Parmigiano appunto, il culatello di Zibello e ancora, i vini, l'olio, l'aceto balsamico. Non ultimo una «nicchia» con la Violetta di Parma, altri profumi e gli accessori da cucina, a cominciare dalle affettatrici. Un bel modo, insomma, per far conoscere la qualità e la tradizione di Parma nel mondo.

«Siamo stati i primi a Parma e fra i primi in Italia ad avviare un'attività di questo tipo - premette Ombretta Nesti, amministratore delegato di Parmaitaly-shop - La nostra società è nata nel 1996 dal portale Parmaitaly.com che offre informazioni a



Parmashop In alto il sito, qui sopra Arnold Schwarzenegger.

360 gradi sulla città: dal turismo, all'arte, alla musica, al Parma Calcio, alla gastronomia. E piano piano è stata inserita nel sito anche la vendita di prodotti tipici. Obiettivo? Valorizzare questo punto di forza del territorio pre-

sentando un «pacchetto», cioè collocando le nostre specialità locali nel ricco contesto in cui vengono prodotte. L'idea ha funzionato, tant'è che nel 2005 è nato un sito vero e proprio di vendita, Parmaitaly-shop». Una sfi-

da vinta. Oggi questa società di e-commerce, che propone i prodotti in rete in ben dieci lingue (comprese quelle scandinave), ha clienti in Europa, Australia, Giappone e soprattutto negli Stati Uniti. E proprio in questi giorni è sbarcata anche in Russia. Ormai la macchina è roduta. Nella consegna sono compresi anche depliant informativi sui prodotti, sul territorio d'origine, sull'utilizzo e la conservazione.

«Vogliamo ampliare la rosa dei clienti, anche in altri Paesi - spiega il presidente Eros Baroni - e al tempo stesso avviare collaborazioni e partnership con i fornitori. Sarebbe interessante e proficuo intensificare anche le sinergie con i Consorzi di tutela del Prosciutto e del Parmigiano che rappresentano i nostri prodotti di punta». Intanto personaggi come il conduttore televisivo Antonio Lubrano e la pallavolista Maurizia Cacciatori sono diventati clienti fissi e c'è chi vuole solo il culatello di Zibello per una serata sullo yacht parcheggiato a Montecarlo. «Conta la promozione ma anche il passaparola - assicura Ombretta Nesti - spesso accade che i clienti stranieri in vacanza in Italia, passino da Parma per conoscerci personalmente. E a Natale si lavora di più: in tanti scelgono regali gastronomici e noi siamo pronti a mettere anche lettere e biglietti che ci vengono girati on line». ♦