

App per trovare parcheggio

«Il nostro modello è Airbnb»

Upark già attiva a Parma e Modena. Il fondatore: «Vogliamo arrivare a Reggio e Bologna»

di **Elia Biavardi**
REGGIO EMILIA

Un'idea nata dopo un concerto nel giro di qualche anno è diventata una startup pronta a cambiare la mobilità urbana. Niccolò Paglia, 29 anni, reggiano dell'Appennino, laureato in International Business all'Università di Canterbury, è il fondatore di Upark.

Di che cosa si tratta?

«L'idea nasce da una cosa banalissima: sono appassionato di concerti e ogni volta trovare parcheggio è un incubo. Tornato in Italia (ha lavorato per tre anni negli Usa, ndr), ho studiato il settore e visto che non c'era nulla di concreto. All'estero invece sì, specie negli Usa e in Inghilterra. Così ho fatto una ricerca di mercato a livello nazionale e i risultati sono stati molto positivi: da lì il vero turning point. A marzo 2025 abbiamo raccolto 40mila euro e a luglio ho lanciato Upark a Parma».

Come funziona il servizio?

«Il modello è molto simile ad Airbnb. Da una parte ci sono gli host: privati, aziende o strutture ricettive che hanno posti auto inutilizzati. Possono registrarli sull'app, impostare le tariffe e metterli a disposizione. Dall'altra ci sono gli utenti, che cercano un parcheggio in una determinata zona e per un certo periodo. Vedono le opzioni disponibili sulla mappa, prenotano e ricevono tutte le indicazioni per accedere allo spazio. L'obiettivo è di avere un posto sicuro, spesso più economico dei parcheggi pubblici e magari anche più vicino alla destinazione».

Quali sono i settori su cui volete puntare principalmente?



Niccolò Paglia, 29 anni, fondatore di Upark

«Due su tutti: l'extralberghiero e l'alberghiero. Le agenzie di affitti brevi vivono un paradosso: spesso hanno alloggi senza parcheggio o posti auto inutilizzati, quando l'alloggio è vuoto. Noi creiamo un ecosistema: loro mettono i posti in piattaforma e gli utenti possono prenotarli vicino a dove alloggiano, anche con check-in da remoto. Lo stesso vale per gli hotel e le altre strutture ricettive, che possono monetizzare i posti auto liberi».

Siete partiti da Parma e da poco siete attivi anche su Modena: che risposta avete trovato?

«Parma è una città turistica, con tanti spostamenti e un centro storico con Ztl molto estesa. Non potevamo partire da una metropoli, quindi abbiamo scelto una città più gestibile, ma con un problema reale. I riscontri sono stati ottimi e ora stiamo provando a replicare il modello a Modena. Anche lì c'è un grande inte-

resse, sia da parte delle agenzie di affitti brevi, sia da parte di alcuni membri dell'amministrazione comunale. L'obiettivo a Modena è di arrivare a circa 50 posti auto».

E su Reggio invece?

«A luglio vorremmo arrivare anche a Reggio, anche in vista dei grandi eventi al Campovolo. Poi Bologna entro fine 2026. L'idea è di espanderci velocemente, ma in modo sostenibile. A Reggio in particolare, ma anche nelle altre città, il nostro servizio potrebbe risolvere parzialmente il problema dei parcheggi nel centro storico. Per farlo però, chiaramente, ci serve l'appoggio delle amministrazioni».

Affittare un parcheggio privato a sconosciuti può creare diffidenza. Come avete lavorato su questo?

«È vero, e infatti è stata una delle criticità principali emerse già nella ricerca di mercato. Però a Parma abbiamo avuto feedback molto positivi, anche dal punto di vista umano. A volte si sono addirittura create relazioni tra host e utenti. In più, a livello tecnico, garantiamo strumenti di tutela: ad esempio, se un'auto resta oltre il tempo previsto, l'host può richiedere la rimozione forzata a spese dell'utente. E col tempo continueremo a implementare sistemi di sicurezza».

È un valore aggiunto anche per la comunità?

«Certo, specie dal punto di vista ambientale. Guardando ai dati, circa il 30% del traffico è causato dalla ricerca di parcheggio. Se tu sai già dove andare, riduci traffico ed emissioni. Non è ovviamente la soluzione definitiva, ma può essere un aiuto importante».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

BREVI DALLE REGIONI



Bologna: il caso in Consiglio

«University Press, dipendenti a rischio»

La **vertenza** della Bologna University Press è approdata in Consiglio comunale: i lavoratori della casa editrice dell'Università di Bologna, che svolge oltre l'80% delle attività in regime di open access gratuito al servizio di Alma Mater, hanno denunciato «il piano di risanamento, che prevede licenziamenti ed esternalizzazioni per i dieci dipendenti senza uso di ammortizzatori sociali». Lo dice Enrico Baldazzi (foto) di Slc Cgil, sottolineando che la decisione «va nella direzione opposta rispetto all'accordo di giugno 2025, che impegnava le parti all'uso di ammortizzatori sociali e alla tutela dei posti fino al primo novembre 2026».



Forlì: voto a maggioranza

Il cda Ferretti declina l'Opa di Kkcg Maritime

Il **cda** di Ferretti ha declinato «a maggioranza» l'offerta pubblica di acquisto lanciata da Kkcg Maritime sulle azioni del gruppo di Forlì, produttore di yacht quotato a Milano e Hong Kong, anche dopo che il prezzo è stato alzato da 3,50 a 3,90 euro per azione. Lo comunica in una nota l'azienda romagnola. Il cda ritiene «il corrispettivo aggiornato non congruo e l'offerta», che punta ad acquisire il 15,4% del capitale, «non equa e non ragionevole per gli azionisti indipendenti». La decisione non è stata unanime. Hanno votato contro Piero Ferrari e Stefano Domenicali mentre si è astenuto l'amministratore delegato Alberto Galassi (foto).



Vertice col ministro Urso

Acquaroli al Mimit «Il dossier Marche»

Il **ministro** delle imprese Adolfo Urso (in foto) ha incontrato il governatore Acquaroli e l'assessore regionale allo sviluppo economico, Bugaro. «Abbiamo avuto un proficuo confronto sui dossier che riguardano il territorio marchigiano e il suo tessuto produttivo», ha scritto Urso su X, aggiungendo che l'appuntamento è stato anche occasione per incontrare «Roberto Selci, presidente di Biesse, eccellenza industriale marchigiana leader a livello internazionale nelle macchine utensili per la lavorazione di vetro, pietra e legno. Una realtà con quasi settant'anni di storia alle spalle».



Incontro a Roma

Amadori spinge l'agroalimentare

In occasione della 'Giornata nazionale del Made in Italy', il Gruppo Amadori ha partecipato all'iniziativa promossa dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy con l'incontro «Dalla consapevolezza al saper fare: le competenze delle filiere Amadori», ospitato a Roma. Al centro dell'appuntamento la formazione professionale e lo sviluppo delle competenze per l'industria agroalimentare, considerate un patrimonio da salvaguardare e poi leve decisive per la competitività delle imprese il Made in Italy. **In foto**, Gianluca Giovannetti, direttore generale corporate di Amadori.

Ascoli, l'iniziativa dell'Associazione disegno industriale con la Camera di commercio delle Marche

Adi premia le eccellenze del design



Un momento della cerimonia ad Ascoli

ASCOLI

Le **eccellenze** del design delle Marche, che si sono distinte nelle ultime due edizioni dell'Adi Design Index e sono finaliste per il 29esimo Compasso d'Oro, sono state premiate nel corso di un'iniziativa congiunta di Adi (Associazione per il disegno industriale), delegazione Marche-Abruzzo-Molise, e Camera di commercio delle Marche con la sua azienda speciale Tecne. La cerimonia si è svolta nella sede di Ascoli dell'ente camerale. «Valorizzare le eccellenze del design significa riconoscere il ruolo strategico delle imprese che, attraverso creatività e innovazione, contribuiscono non solo allo sviluppo economico ma anche alla crescita culturale del Paese - ha detto il presidente camerale Gino Sabatini -. Il design, e il disegno industriale nello specifico, rappresenta una delle espressioni più autentiche del made in Italy». Le

Marche rappresentano un sistema unico, nel quale tradizione e innovazione si coniugano quotidianamente e l'impegno della Camera di commercio è massimo per valorizzare questi fattori competitivi - ha aggiunto Deborah Giraldi, segretario generale della Camera di commercio -. Promuovere la cultura del design significa puntare sul futuro delle imprese. Anche in contesti considerati periferici possono nascere prodotti di valore in grado di competere in scenari globali». Per Piero Sabatini, presidente della delegazione Adi Marche, «il design si sta diffondendo sempre di più e sta diventando un elemento fondamentale nella cultura di impresa». La presentazione dei 34 progetti selezionati da Adi è una fotografia dello stato dell'arte delle imprese più evolute e un importante momento di contaminazione culturale tra diversi ambiti di innovazione, oltre che di connessione tra designer, aziende e istituzioni.

Vittorio Bellagamba