LO STUDIO Centropadana e Confartigianato ragionano insieme sulle strategie per animare il tessuto sociale

Coniugare festival e marketing per far crescere l'intero territorio



Nella sede di Confartigianato è stato presentato AbitaLodi, lo studio sulle opportunità di crescita del territorio

È l'obiettivo che si pone la ricerca presentata ieri in via della Marescalca: gli eventi culturali come leve di sviluppo economico

di **Federico Dovera**

Coniugare la stagione dei festival al marketing territoriale per ragionare, insieme a Centropadana e Confartigianato, sulle opportunità di crescita del territorio. Questo l'obiettivo di AbitaLODI edizione 2026, studio presentato ieri pomeriggio in via della Marescalca per animare sempre di più il tessuto sociale del Lodigiano e attrarre, in una stagione di declino demografico, nuovi abitanti soprattutto dall'area milanese. «Una sfida che coniuga investimenti ma anche capacità di mettere a terra progetti e offerte» come fatto presente dal direttore de *il Cittadino* **Lorenzo Rinaldi**, moderatore del pomeriggio che ha fatto partire il viaggio, dopo i saluti della padrona di casa

Sabrina Baronio, presidente Confartigianato Imprese della Provincia di Lodi per cui «fascino turistico e residenziale devono diventare leve di sviluppo anche per le nostre imprese», ragionando sui festival e gli eventi che hanno animato nei mesi passati i fine settimana del territorio. Tra questi Forme del Gusto, Foto Etica, Orfeo Week, Lodi design week, Rassegna Gastronomia, Progetto Oltre Lodi. «L'edizione di quest'anno delle Forme è stata la più impattante dal punto di vista dei numeri e di incassi» ha fatto presente l'organizzatore **Mauro Parazzi**, che con un video ha introdotto il tema di come si sono trasformate le *Forme del gusto*, da mostra mercato a qualcosa di più grazie alle quasi 50 realtà che insieme a Confartigianato e associazioni di categoria le hanno fatte diventare un veicolo di attrazione verso il Lodigiano. In cui, in cerca di cultura, tra settembre e ottobre arrivano migliaia di appassionati di foto. «Quest'anno abbiamo superato i 30mila visitatori, circa un migliaio in più del 2025 - ha aggiunto **Alberto Prina**, Foto Etica -. Ma per la prima volta la crescita è dovuta all'80% da studenti in arrivo da fuori provincia, e la crescita da biglietti venduti è stata di sole 200 unità. Il problema principale sono le code. Per il futuro pensiamo a sedi nuove, già tre quest'anno, e stiamo ragionando se aggiungere un sesto weekend. Il Festival è una piattaforma per comunicare, usiamola».

Non solo arte visiva, ma anche uditiva. «Orfeo week, contenitore di altissimo profilo culturale, deve essere motivo di dialogo tra enti e istituzioni per la valorizzazione del patrimonio locale, materiale e immateriale» ha aggiunto **Laura Riboni**, in rappresentanza di **Raffaele Pe**, Orfeo week. Ritornando alla tavola, invece, ecco la Rassegna gastronomica, partita in queste settimane nei ristoranti locali grazie al patron Strada del vino San Colombano e dei sapori Lodigiani **Giuseppe Maggi**: «Quest'anno siamo alla 38esima edizione. È ancora in corso, ma già possiamo dire che l'avvio è stato buono. La Rassegna è occasione per riscoprire la nostra cucina, semplice ma genuina».

A conclusione della prima parte di AbitaLODI un nuovo tuffo nella cultura con l'assessore alla partita del Broletto **Francesco Milanesi** che ha parlato del Progetto Oltre Lodi: «Siamo ai nastri di partenza. Vogliamo fare in modo che la valorizzazione dei prodotti, delle competenze, del patrimonio culturale della città e del territorio, possa continuare tutto l'anno». ■

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Guarda il video della giornata sul sito **www.ilcittadino.it**

MILANESI

Oltrelodi.it, il portale ufficiale dedicato al turismo enogastronomico


L'assessore Francesco Milanesi

Oltre Lodi è il portale ufficiale (oltrelodi.it) dedicato al turismo lento ed enogastronomico del Lodigiano. Lo ha presentato ieri pomeriggio all'evento AbitaLodi l'assessore comunale Francesco Milanesi che ha raccontato, dalle origini, come è nato il progetto. «Partendo dal successo consolidato de "*Le Forme del gusto*", ci siamo chiesti come continuare la valorizzazione dei prodotti, delle competenze e del patrimonio culturale durante tutto l'arco dell'anno - ha spiegato -. Ragionando su un turismo esperienziale continuativo, l'obiettivo che ci siamo posti è duplice: permettere alle aziende di farsi scoprire e mostrare il proprio valore a chi vive o visita il territorio, ma anche garantire a tutti la possibilità di abitare e vivere pienamente le opportunità offerte dalla città e dalla Provincia di Lodi». ■ **Lu. Macch.**

IDENTITÀ E SAPERI ANTICHI IN RETE

Gustalù e Distretto della collina per filiera corta e cultura locale


Davide Vighi


Laura Riboni

Il racconto dei sapori genuini del Lodigiano, quelli che portano in tavola tutto il buono delle tradizioni e dell'alimentazione a chilometro zero, ieri è stato protagonista dell'evento AbitaLodi nella sede di Confartigianato. Grazie a due realtà locali, è emerso il volto "gustoso" del territorio: «Gustalù non è solo un marchio - ha detto il sindaco di Caselle Lurani, Davide Vighi -: è un contenitore che intende mettere in rete i nostri produttori, racchiudendo l'identità e i saperi di aziende storiche, perchè possano essere un volano di attrattività dal punto di vista enogastronomico». Fondendo agricoltura, cultura e turismo di prossimità, anche il Distretto agroalimentare della collina di San Colombano punta tutto sulla valorizzazione del patrimonio che il Lodigiano ha da offrire. In quest'area si coltivano uve pregiate, frutta, ortaggi, zafferano e si producono eccellenze come il vino San Colombano Doc. «Il Distretto nasce con l'intento di sostenere le imprese agricole e agroalimentari locali, rafforzando le reti tra produttori, operatori dell'accoglienza, attività commerciali e istituzioni. Tra gli obiettivi, la valorizzazione della filiera corta, la promozione del turismo enogastronomico di prossimità, la tutela del paesaggio e la diffusione della cultura rurale», ha detto Enrico Ambrosetti. ■ **Lu. Ma.**





e attrarre nuovi residenti







Sabrina Baronio



Luca Barni



IL DIBATTITO Gli interventi sulla domanda abitativa in una città in trasformazione

Demografia e sviluppo sostenibile: «Fase decisiva per la nostra comunità»

di **Federico Dovera**



Il confronto promosso nella seconda parte con l'intervento fra gli altri del sindaco Andrea Furegato Ploiesteanu

Nella seconda parte del pomeriggio ecco il dibattito sui temi dell'interesse verso Lodi e degli eventi del Lodigiano con Andrea Furegato, sindaco della città, Luca Barni, direttore generale banca Centropadana e Vittorio Boselli, presidente Consulta lodigiana della Camera di commercio Mi-Lo-MB. «È un momento determinante per la nostra comunità - ha esordito **Andrea Furegato** -. In base a chi sono queste persone che vengono a cercare casa in città noi, anche dalla composizione di questa nuova fascia di popolazione, avremo degli effetti dal punto di vista demografico. La città già è visibilmente in trasformazione, con interventi sia pubblici che privati. I valori immobiliari aumentano, e questo ha conseguenze anche negative. Servirà capire il punto in cui da città in crescita si passerà ad essere città esclusiva. Importante anche il ragionamento sui piccoli Comuni, come la zona aldilà dell'Adda, affinché anche loro possano beneficiare della crescita del centro principale, come del resto avviene oggi per Lodi con Milano». **Luca Barni** di Centropadana, a cui va assegnata la primogenitura del progetto AbitaLODI, ha spiegato di aver pensato il progetto «grazie al fatto che arrivando da Cantù forse apprezzo meglio Lodi che i lodigiani stessi». Tutto è partito da una visione: «Cosa vogliamo raggiungere tra 5 anni a questa parte. Non solo dal punto di vista degli aspetti economici, ma anche sociali. L'aumento della domanda di case potrebbe rappresentare un limite per le giovani coppie, che come capitale relazionale sono l'investimento futuro migliore per città e territorio intero». Poi Barni ha annunciato: «Abbiamo nel cassetto un altro progetto importante in termini di interesse verso Lodi». **Vittorio Boselli** è intervenuto sui temi dei prezzi in aumento delle case, denatalità e elementi di concretezza sui quali lavorare: «I numeri ci incoraggiano: in questo primo quarto di secolo Lodi e Lodigiano sono cresciuti, tanto nei primi dieci anni, poco da allora al 2025, 60, 70 residenti in media. L'incremento di nuova residenzialità in termini di migrazione ha sopperito alla partenza di chi ci ha lasciato. Ma c'è il problema del Basso Lodigiano, che è cresciuto della metà. Non basta quindi dichiarare che le nostre case costano di meno, i fattori dell'attrattività chiamano in causa la capacità del territorio di dimostrarsi sostenibile da un punto di vista economico, ambientale, sociale e culturale. Il mio invito è quello di ragionare insieme e non per compartimenti stagni». In precedenza gli interventi di **Andrea Bongiorni**, della Lodi design week, e **Massimo Russo**, agente immobiliare. I valori delle case usate in Lodi sono cresciuti circa del 10, 12%, ha fatto notare Russo, che ha anche sottolineato come le richieste di studenti che vogliono venire a Lodi per studiare all'università di veterinaria sono elevate. «La domanda, oggi, supera l'offerta» ha concluso Russo. «Molte persone - ha fatto notare Bongiorni - vengono via dagli appartamenti a Milano, dove se non hai gli occhi a mandorla non ti guardano neanche più, per farsi la villa con piscina a Pieve, che è vicino all'autostrada». AbitaLODI sarà inserito ne «*il Cittadino*» di giovedì 5 novembre ma intanto è stato presentato in anteprima ieri alle 17.45 a Lodi nella sede di Confartigianato Imprese della Provincia di Lodi. All'incontro hanno partecipato operatori economici e imprenditori, sindaci, agenti immobiliari, rappresentanti delle istituzioni, **Giuseppe Bongiorni**, presidente Federmobili Mi-Lo-MB, il presidente di Centropadana Angelo Boni, Isacco Galuzzi di Confcommercio e Roberto Stracchi direttore territoriale area Lodi Crema Bcc Lodi. Partner del progetto banca Centropadana. ■

©RIPRODUZIONE RISERVATA

SERGIO REMI Per questo «occorre sapere chi siamo, cosa vogliamo diventare e saperlo comunicare»

«È necessario ritrovare la propria identità per esaltare l'attrattività della provincia»



«Per un rilancio del turismo nel Lodigiano, il territorio necessita di trovare una sua identità: una "coscienza di luogo"». Lo ha detto ieri pomeriggio Sergio Remi durante il talk dedicato all'attrattività del territorio, in occasione dell'evento AbitaLodi presso la sede di Confartigianato. «Il turismo è un sistema integrato che si compone e deve tenere insieme cultura, sociale, economia e territorio. È su questa interazione che va giocata la partita del rilancio turistico del Lodigiano, facendo emergere un'identità e una visione condivisa». Proprio quella che i sociologi chiamano la "coscienza di luogo". «Sapere chi siamo, cosa vogliamo diventare e saperlo comunicare è alla base della dinamica da intraprendere, ha suggerito il relatore che, come Consorzio Aaster Lab (Associazione agenti sviluppo territorio) ha condotto una ricerca sui flussi turistici nel Lodigiano per conto del Touring club nell'anno 2025. Aaster Lab, ha spiegato Remi, è l'istituto di ricerca economico-sociale diretto da Aldo Bonomi, che ha lavorato restituendo un quadro preciso: «Il Lodigiano è una Provicia che fa ancora fatica a trasmettere un'identità e un'immagine unitaria. È un territorio diviso in due, dove il nord gravita sulle dinamiche della metropoli milanese, mentre il sud mantiene un assetto prevalentemente rurale e agricolo che lo accomuna ad altre Province». Il lavoro non andrebbe svolto cercando di capire quale realmente sia la vocazione del Lodigiano, tra le due spinte, ha suggerito: «Ma si tratterebbe, invece, di valorizzare questo doppio posizionamento, rafforzando relazioni con Milano, ma anche con le altre province della Bassa». C'è un dato statistico che Remi ha condiviso, ovvero il posizionamento del Lodigiano all'ultimo gradino in Lombardia per flussi turistici: «Le ragioni possono essere molteplici, come il fatto che si tratta di una Provincia relativamente giovane. Ma le risorse non mancano tra beni storici e museali, percorsi religiosi, piste ciclabili, paesaggi rurali e agricoli e un fitto numero di eventi». Quindi le opportunità sono molteplici, per fa sì che il territorio sia attrattivo da vivere e da abitare. ■

Lucia Macchioni

L'inserto

Trentadue pagine in regalo con «il Cittadino» in edicola giovedì 5 novembre