

LE FORME DEL GUSTO/1 Stilato il bilancio finale



Un successo di vendite e di pubblico

■ Le Forme del Gusto conquistano lodigiani e lombardi, soprattutto quelli in arrivo da Milano e dal Nord della regione. Mauro Parazzi, ideatore del festival che per tre giorni ha animato piazza della Vittoria, sottolinea che tutti i partecipanti esprimono soddisfazione per il risultato raggiunto. «Le vendite delle imprese sono cresciute del 15 per cento - spiega Parazzi -, le 4 visite guidate hanno avuto più di 150 partecipanti, mentre le 6 navigazioni sull'Adda hanno registrato più di 170 presenze. Anche i locali del centro hanno avuto un buon riscontro». A decretare il successo della kermesse, aggiunge Parazzi, tre elementi: la storicità della manifestazione, la qualità delle imprese e degli appuntamenti e un piano di comunicazione che è riuscito a sfruttare sia la tv che internet.

«L'ottava edizione ha registrato la punta più alta quanto a visitatori e volume di vendite degli espositori e questo ci riempie di soddisfazione. Anche a nome di tutte le altre associazioni di categoria che hanno promosso la manifestazione, con l'appoggio prezioso di sponsor pubblici e privati, penso di poter

dire che la chiave del successo è stata la capacità di fare davvero squadra tra di noi, mettendo a fattore comune idee, risorse e impegno - dichiara il segretario di Confartigianato Vittorio Boselli -. Ne ha tratto beneficio anche l'indotto rappresentato dalle attività commerciali e dall'intera città, che per tre giorni è stata visitata e apprezzata da numerosi visitatori provenienti anche dall'area metropolitana e da altre province lombarde. Proprio sotto il profilo dell'attrattività la rassegna ha potuto avvalersi per la prima volta di un piano di marketing più avanzato, derivante dall'appoggio della Camera di commercio di Milano, Monza e Lodi e dal ruolo di [Explora](#). Siamo già proiettati con il pensiero sulla prossima edizione, nella quale credo riproporremo la formula "extralarge", che include anche la giornata di venerdì. Ma soprattutto siamo proiettati sull'obiettivo di incrementare la qualità e la capillarità delle azioni a sostegno del "made in Lodi", non solo alimentare, che è la nuova frontiera dell'impegno unitario delle associazioni di categoria delle istituzioni del nostro territorio». ■ Gr. Bo.

