



BCC LODI «A pochi chilometri c'è un bacino d'utenza enorme»

«Il turismo ha potenzialità, ma serve una "regia"»

Il direttore generale Fabrizio Periti non ha dubbi: «Deve essere il pubblico a investire e credere in questo settore»

di **Andrea Bagatta**

«Le potenzialità turistiche del Lodigiano ci sono, ma non esiste un tasto on-off per attivarle. Necessario avere una regia». Bcc Lodi dall'alto dello sguardo che gli istituti bancari di credito cooperativo rivolgono da sempre al territorio, spesso accompagnandolo e sostenendolo con risorse importanti, rileva tante possibilità di sviluppo per il Lodigiano in ambito turistico e aggregativo, ma coglie anche i limiti e le criticità dell'offerta.

«Milano conta due milioni di abitanti che non vedono l'ora di uscire dalla città per qualche ora o una giornata libera - commenta il direttore generale di Bcc Lodi Fabrizio Periti -. È un'esagerazione non troppo distante dalla realtà. Chi vive la città, nel weekend apprezza le occasioni di svago lontano dalla metropoli. Inoltre, nel 2023 gli aeroporti hanno registrato su Milano il +40 per cento di arrivi da voli civili. Significa che Milano sa attrarre anche dal resto del Paese e dall'estero, non solo per il business ma anche per il turismo. Allora abbiamo a pochi chi-



Il direttore generale di Bcc Lodi Fabrizio Periti

lometri un teorico bacino d'utenza enorme. Però bisogna crederci tutti quanti. Oggi ci sono manifestazioni interessanti, ma chi fa marketing, lo fa pro domo sua, intercetta forse una piccola fetta di utenti e poi finisce lì. In altre regioni e province dove sono stati



Bisogna crederci tutti quanti. Oggi chi fa marketing intercetta forse una piccola fetta di utenti, poi finisce lì

fatti investimenti mirati e importanti per il marketing territoriale, i risultati sono arrivati».

A Lodi però non c'è più nemmeno la vecchia cara Apt degli anni Novanta (l'Azienda di Promozione Turistica). «Per fare marketing territoriale ci vogliono investimenti e ci vuole una regia - conclude Periti -. Chi la può fare? Il pri-

vato non vedrebbe un ritorno nemmeno nel medio-lungo periodo con le attuali condizioni. Deve essere il pubblico a crederci, in un'ottica di investimento sulla vivibilità, sulla socialità e sulla ricchezza del territorio. Abbiamo la Rassegna Gastronomica ottima ma limitata, una rete di ciclabilità dolce diffusa, ma da completare, la collina di San Colombano e il circuito enogastronomico da valorizzare, ma mai collegato al Lodigiano. Se vogliamo sviluppare il turismo da fine settimana del Lodigiano, ci sono grandi possibilità, ma bisogna crederci, lavorarci e investire». ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

