



## Dietro il successo un esercito di 350 volontari

■ Sono stati esattamente 15.153 i visitatori che hanno partecipato all'edizione 2017 del Festival della fotografia etica, crescita a dismisura nel corso degli anni fino a diventare uno degli appuntamenti culturali più importanti in Italia. Rispetto all'edi-

zione 2016, segnala l'organizzatore Alberto Prina, è stato registrato un incremento del 35 per cento. Sono state 34 le mostre in programma e numerosi gli appuntamenti con ospiti di fama internazionale. A occuparsi del tutto una "macchina operativa"

che ha lavorato con il prezioso contributo di circa 350 volontari. Tanti visitatori (la stima si attesta sul 70 per cento, ma il dato non è ufficiale) sono arrivati da fuori territorio, tantissimi sono stati quelli dalle province limitrofe e dal Milanese. ■

e preannuncia grossi nomi per l'anno prossimo: «Pensiamo a Salgado o McCurry»

## IL COMMENTO

di **Marco Ostoni**

### Una proposta che continuerà a vincere solo con la qualità

■ Una crescita costante, dapprima graduale e poi sempre più vorticiosa, con balzi del 25/30 per cento da un anno con l'altro fino a toccare i numeri davvero impressionanti di questa edizione, in cui si è varcata la soglia delle 15mila unità, "doppiando" in soli tre anni il dato del 2014.

La "corsa" del Festival della fotografia etica sembra davvero inarrestabile, ma ha ragione Alberto Prina - anima di Progetto Immagine e uno degli ideatori storici dell'iniziativa - a invocare un cambio di passo. Non tanto per crescere ancora, almeno ai ritmi appena ricordati, (bisogna tener conto della capacità ricettiva di una piccola cittadina di provincia come Lodi), ma piuttosto per consolidare la kermesse, superando le criticità ancora presenti, e soprattutto per reggere la sfida della qualità, elemento basilare per un grande vetrina fotografica dedicata a temi eticamente sensibili. La qualità è infatti il vero "marchio di fabbrica" della kermesse ed è la dimostrazione che per "fare i numeri" occorre puntare su proposte di valore: fotoreportage accurati e coraggiosi su temi e luoghi poco battuti, incontri di grande interesse con giornalisti e fotografi di sicure capacità (non si portano per caso personaggi del calibro di Domenico Quirico e Francesco Zizola), laboratori per imparare l'arte del "click" ben oltre la spiccia manualità offerta dalle moderne attrezzature per riprendere immagini.

Tutto ciò si realizza solo con una lunga gestazione e se, contestualmente, si riesce a suddividere il "pensiero" sul festival (la selezione dei progetti da portare in mostra) alla sua concreta organizzazione, nonché al suo sostentamento economico e all'allestimento (ivi compresa l'individuazione dei preziosissimi volontari) delle vetrine espositive. Serve dunque un'attenta regia e fa bene Progetto Immagine ad auspicare un tavolo di lavoro - istituzionale e non - che affianchi l'associazione nella fase di programmazione e si adoperi alla sua riuscita occupandosi di questioni delicate come la scelta delle location; le sinergie con gli operatori turistici per promuovere contestualmente la città tutta nelle sue bellezze architettoniche e museali; il rapporto più stretto con le realtà commerciali del territorio; la raccolta degli sponsor anche oltre i confini provinciali, lombardi e finanche italiani. Solo così sul cielo del Festival potrà continuare a splendere il sole. ■



**REAZIONI** Esercenti soddisfatti, le associazioni di categoria: «Si coinvolga tutta la città»

## «Noi abbiamo triplicato i coperti»: tutto esaurito per bar e ristoranti

di **Matteo Brunello**

■ È boom di richieste per ristoranti e bar. Sono stati giorni da tutto esaurito per i locali durante il Festival della fotografia etica. Lo straordinario afflusso di visitatori ha riempito molti esercizi del centro. «Noi abbiamo triplicato i coperti alcuni giorni - commentano dalla Fiaschetta di via Volturmo - questo è l'evento della città, è andato davvero benissimo. Abbiamo avuto un riscontro ottimo. È un'iniziativa che andrebbe valorizzata ancora di più. Pensare alla cultura e investire nella cultura porta risultati».

Il Festival è ormai una tradizione consolidata nel capoluogo, che ogni anno raggiunge successi imprevedibili. «Ho notato che molte persone venivano da noi, anche attraverso il canale della Rassegna gastronomica, abbinando Festival a Rassegna - riferiscono dal ristorante Gaffurio di Amalia e Vittorio di via Gaffurio - devo dire che quest'anno c'è stato davvero un bel fermento, tanto che non siamo nemmeno riusciti in alcuni momenti a trovare spazio per tutti». E dall'enoteca De Toma di

corso Vittorio: «Il festival ha portato certamente lavoro, visto che tante persone provenienti dalla Brianza, da Parma e comunque da fuori Lodi si sono fermate per acquistare torte e dolci, che avevamo esposto».

Soddisfazione è stata espressa anche dalle associazioni di categoria del commercio. «I riscontri che abbiamo raccolto dai nostri associati sono molto positivi - scrivono in un comunicato i vertici di Asvicom - Il fatto che le location delle mostre del Festival fossero concentrate nel cuore storico della città, che coincide con l'area a maggior vocazione commerciale, ha favorito questo positivo "scambio", da cui tutto il sistema economico e turistico ha tratto beneficio, integrandosi efficacemente con la manifestazione. Il Festival rappresenta sicuramente un evento di eccellenza, con un respiro molto ampio, in grado di promuovere efficacemente l'immagine di Lodi, e merita sostegno e collaborazione per sviluppare sempre nuove sinergie. In generale, l'intera prima parte della stagione autunnale è stata molto vivace e ha fatto costantemente registrare una considere-



Prina "cicerone" a una mostra



Il pubblico a un convegno



Il riscontro è stato ottimo: investire nella cultura porta risultati

vole affluenza in centro». Poi da Asvicom guidata dal presidente Vittorio Codeluppi hanno aggiunto: «Il movimento è sempre stato molto intenso e questo è un requisito fondamentale per l'attività commerciale; tuttavia, l'organizzazione del calendario degli eventi potrebbe prestarsi a qualche riflessione, per evitare eccessive concentrazioni e distribuire le iniziative in modo più equilibrato tra ottobre e novembre, allungandone gli effetti positivi sino quasi al periodo dell'animazione pre natalizia».

Infine un commento positivo è arrivato anche da Confcommercio: «La kermesse rappresenta senza dubbio un elemento di traino per gli esercizi della città, che hanno espresso soddisfazione per l'affluenza di avventori e del movimento che si è creato - dichiara il segretario generale di Confcommercio Marco Poppi - Molti degli eventi sono stati organizzati in piazza della Vittoria e zone limitrofe. Interessante sarebbe coinvolgere anche zone della città, come ad esempio cercando di allargare al Lungofiume». ■