

IL CONTRIBUTO A ciascuna manifestazione assegnati 20mila euro

Sostegno regionale alle fiere, fondi a Borghetto e Codogno

Entrambi gli eventi rientrano fra i 40 "premiati" da palazzo Lombardia. Guidesi: «Sono vetrine del nostro sistema economico»

di **Andrea Soffiantini**

■ Sono 40 gli eventi fieristici finanziati dalla Regione attraverso il "Bando di sostegno del sistema fieristico lombardo 2026". Tra questi figurano anche la 54esima Fiera regionale plurisettoriale di Borghetto Lodigiano (in programma dall'1 al 3 maggio) e la 235esima edizione della Fiera autunnale di Codogno (in programma il 17 e 18 novembre): a ciascuna manifestazione è stato assegnato un contributo di 20mila euro.

Il bando, promosso dall'assessore regionale allo sviluppo economico Guido Guidesi, è finalizzato a sostenere la competitività del sistema fieristico della Lombardia: gli interventi finanziati riguardano le attività di pubblicità e promozione della fiera; il miglioramento della digitalizzazione dei servizi; la ricerca e l'accoglienza di buyer esteri; l'organizzazione di eventi collaterali; la predisposizione di aree speciali destinate a giovani imprenditori, startup, designer e a iniziative di networking finalizzate a favorire il coinvolgimento delle nuove generazioni.

L'agevolazione a fondo perduto



L'assessore regionale allo sviluppo economico Guidesi

è pari al 40% delle spese ammissibili fino a un importo massimo di 40mila euro per le manifestazioni di livello internazionale e nazionale e 20mila euro per le manifestazioni di livello regionale o alla prima edizione. «Sosteniamo e promuoviamo anche quest'anno - ha spiegato Guidesi - esposizioni ed eventi importanti e partecipati sul territorio, vetrine sia per il nostro sistema economico e produttivo sia per le imprese lombarde, anche rispetto alla promozione sui mercati esteri. Eventi ed esposizioni inoltre assicurano ai territori un indotto relativo alla partecipazione dei visitatori e dei consumatori».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IMPRESA LODIGIANA

Lost time al Cosmoprof Worldwide di Bologna

■ Lost Time al Cosmoprof Worldwide Bologna: l'agenzia lodigiana specializzata in comunicazione visiva e prodotti personalizzati su misura è partner ufficiale della manifestazione internazionale di riferimento per l'industria beauty a livello globale. Fondata nel 2008, Lost Time si pone sul mercato con un approccio che unisce design contemporaneo, raffinatezza estetica e coerenza di brand. E, in occasione di Cosmoprof Worldwide Bologna, l'azienda contribuirà a valorizzare l'esperienza dei visitatori attraverso welcome kit e materiali dedicati, progettati in sintonia con il linguaggio elegante e sensoriale del mondo beauty. «Essere partner di Cosmoprof significa entrare in un ecosistema in cui bellezza, innovazione e cura del dettaglio sono valori essenziali - afferma Sergio Baggi, fondatore di Lost Time - . Progettiamo oggetti che diventano punti di contatto tra brand e persone, trasformando i materiali in esperienze significative». «Tu immagini, noi lo realizziamo» è il claim dell'azienda che, nella sua sede di viale Dante 20 a Lodi, porta avanti «progetti di design con materiali di qualità in linea con l'identità del brand dialogano in modo armonico». L'azienda opera in settori ad alto valore estetico come beauty, fashion e lifestyle, dove ogni dettaglio contribuisce a definire percezione ed esperienza. ■ Lucia Macchioni

LODI EXPORT A Barcellona

Le due aziende lodigiane protagoniste a Barcellona

Molino Pagani e Lamber ad "Alimentaria"

■ Continua il tour di Lodi Export in Europa. Dopo la recente tappa di Helsinki, e prima di quella in programma a Londra la prossima settimana, il consorzio ha partecipato nei giorni scorsi alla fiera "Alimentaria" di Barcellona (punto di riferimento internazionale del settore Food & Beverage alla quale hanno esposto 3.300 aziende, tra le quali circa 200 italiane) dove ha accompagnato la Molino Pagani di Borghetto e la Lamber di Lodi Vecchio. «Siamo tornati a casa soddisfatti - il bilancio del direttore Fabio Milella - . Tenuto conto del fatto che le due aziende lodigiane partecipavano per la prima volta a questa fiera, possiamo dire che è andata meglio del previsto. Ai loro stand si sono presentati operatori della Spagna, della Francia, del Marocco, dell'Argentina e del Principato di Andorra. Ed anche parecchi italiani che vivono qui interessati ad avviare rapporti di rappresentanza». La prossima tappa del consorzio sarà dunque a Londra, dove dal 30 marzo al 1° aprile parteciperà all'Ife, uno dei più rilevanti eventi internazionali per i prodotti del comparto agroalimentare. Tre le aziende lodigiane che saranno accompagnate: alla Molino Pagani e alla Lamber si unirà la Solana di Maccastorna. Poi, dall'11 al 14 maggio, sarà la volta di "Tuttofood" al quartiere fieristico di Rho-Fiera Milano. ■

A. S.

MILANO L'azienda fra le realtà che si distinguono per la qualità

Trasparenza e sostenibilità, Sal sul podio per il terzo anno

■ Per il terzo anno consecutivo Società acqua lodigiana (Sal) si è aggiudicata il "Premio Bilancio di sostenibilità" promosso da *Corriere della Sera* - *Buone Notizie* in collaborazione con *NeXt* - *Nuova Economia per Tutti* allo scopo di valorizzare le imprese italiane che si distinguono per la qualità e la trasparenza della loro rendicontazione non finanziaria.

L'azienda idrica lodigiana si è classificata terza a livello nazionale nella categoria medie imprese. A ritirare il premio, all'evento che si è svolto mercoledì scorso alla sala Buzzati del *Corriere della Sera*, sono stati Lorenzo Luni, dell'Ufficio comunicazione e sostenibilità, e Alfredo Ferrari, consigliere del cda. «Essere qui a ritirare questo premio è emozionante



- le parole di Ferrari - ma la vera soddisfazione è sapere che dietro a questo risultato ci sono le persone di Sal. I nostri lavoratori non si sono limitati a fornire dati: hanno raccontato il loro lavoro, condiviso la loro competenza, messo a disposizione il loro punto di vista. Sono loro la vera forza di questa azienda, e questo premio appartiene a ciascuno di loro».

Il premio è stato assegnato alle aziende sulla base dei bilanci di sostenibilità del 2024. Tra i capitoli più significati di Sal figurano gli investimenti di 19,6 milioni di euro (84,9 euro per abitante) per migliorare la qualità e l'efficienza del servizio idrico e il coinvolgimento di circa 30mila persone (nelle scuole, negli eventi e nel mondo sportivo) nel progetto



A sinistra Alfredo Ferrari e Lorenzo Luni, sopra un momento della premiazione a Milano

"Easy Water" finalizzato a facilitare un accesso più ampio e immediato all'acqua del rubinetto per evitare il consumo di plastica.

«Questo riconoscimento - ha dichiarato Vittorio Codeluppi, presidente di Sal - è la conferma che la strada che abbiamo scelto è quella giusta. Fare impresa oggi significa assumersi una responsabilità più ampia verso i propri

lavoratori, verso il territorio, verso le generazioni future. Il bilancio di sostenibilità è lo strumento con cui rendiamo conto di questa responsabilità con rigore e trasparenza. Siamo orgogliosi del risultato e ancora più motivati a continuare su questa strada, fino a ipotizzare di portare Sal a diventare Società Benefit».

An. Soff.