

VERSO LE OLIMPIADI Nascerà un percorso di avvicinamento agli 11 siti Unesco, ai luoghi del Fai e ai percorsi enogastronomici

Assessore Magoni: «Impariamo a valorizzare tutti gli scrigni meravigliosi della Lombardia»

(fmh) Turismo, marketing territoriale e moda. Ambiti cruciali per Regione Lombardia visti dall'osservatorio dell'assessore alla partita, **Lara Magoni**. Già campionessa e nazionale di sci, Magoni ha partecipato a cinque mondiali e tre Olimpiadi e ora assessore in una Regione sempre più attrattiva, specie in previsione delle Olimpiadi Milano-Cortina 2026.

L'obiettivo è «valorizzare gli scrigni meravigliosi della Lombardia, anche quella più nascosta».

Turismo, marketing territoriale e moda. Su queste materie Lei ha ricevuto mandato da Attilio Fontana di studiare politiche in grado di stare al passo con le aspettative dei lombardi. Come sta andando?

«E' da quindici mesi che sono assessore e sento di ricoprire deleghe volano per Regione Lombardia. Mi sto adoperando per ricercare spazi più autentici, quegli scrigni meravigliosi di una Lombardia segreta. Sono una donna di sport, che ama il senso di squadra e la mia visione di Regione è quella di una realtà che racchiude 12 capoluoghi, di cui nessuno vale più dell'altro e dove ciascuno contribuisce alla valorizzazione dei territori contigui».

Di recente c'è stato un altro elemento che si è aggiunto alla discussione sulle politiche legate al turismo: le Olimpiadi Milano-Cortina 2026. Quale strategia avete in mente per fare dei giochi un'occasione di rilancio del territorio?

«Le Olimpiadi sono dietro l'angolo. Ho già avuto colloqui orientati a mettere in campo politiche attive, che stanno passando per il confronto con gli stakeholder del territorio. La nostra Regione godrà di aspettative importanti. Lavoriamo da oggi all'evento. Il mio ideale di sviluppo parte dai nostri 3 aeroporti internazionali fino ad arrivare alla conoscenza di tutte le unicità della

Regione. Creeremo quindi un percorso di avvicinamento alle Olimpiadi per la valorizzazione dei territori lombardi in una prospettiva di medio e lungo periodo, in cui verranno racchiusi gli 11 siti Unesco, i luoghi del Fai e tantissimi percorsi enogastronomici. Questo perché oggi il turista è un viaggiatore curioso in cerca di arte, cultura e gastronomie locali. I prodotti tipici locali, in particolare, sono uno strumento di marketing territoriale pazzesco. Voglio poi garantire la stessa dignità al territorio lombardo: ci sono zone blasonate che viaggiano da sole e altre che invece meritano di essere valorizzate attraverso politiche attive. Abbiamo investito risorse per 2 mi-

lioni di euro destinate ai piccoli territori per attivare iniziative di destination marketing. Entro la fine dell'anno sarà approvata una misura importante per supportare la competitività delle imprese turistiche. Poiché l'attrattiva turistica di una destinazione è il risultato di un intreccio di competenze, è fondamentale il lavoro di squadra e la sinergia tra assessorati. Per questo anche le infrastrutture sono necessarie: i collegamenti e l'accessibilità dei territori sono una chiave di volta imprescindibile. Anche l'agricoltura con i suoi prodotti contribuisce a rendere memorabile un'esperienza turistica. E noi, nel nostro piccolo, dobbiamo cominciare a maturare la consapevolezza di vivere in una Regione turistica. L'indotto economico non è generato solo dal soggiorno, ma anche dallo shopping, ad esempio. Quando poi mi dicono che la Lombardia non ha il mare, rispondo parlando della bellezza delle nostre zone lacustri».

La notizia dell'attribuzione delle Olimpiadi a Milano ha molto a che vedere con il suo passato. Per ben tre volte l'abbiamo infatti vista protagonista in competizioni sportive a carattere internazionale. Si sente particolarmente chiamata in causa?

«Ho smesso di gareggiare da 20 anni. Il turismo si lega alla mia personalità. Sono nata a Selvino, in una zona turistica dove i miei genitori gestivano un hotel, e oggi l'assegnazione dei Giochi Invernali 2026 è una bella opportunità. Ho manifestato grande gioia. Ho sentito parlare **Michela Moioli** e **Sofia Goggia** con lo stesso entusiasmo che avevo quando giocavo. Mi sono sentita come se fossi l'atleta in gara. Ricordiamoci che lo spirito olimpico è storicamente in grado di fermare le guerre».

La ricetta per rilanciare il turismo dei territori?

«Non c'è una ricetta, ma ciò che nasce in un preciso momento. Oggi, infatti, il turismo è aprire un pc e fare il giro del mondo. Poi c'è stupore, emozione, unicità. Ingredienti che non si possono più trovare solo in una piazza blasonata. Lo ripeto: oggi la gente cerca l'esperienza autentica».

Claudia Maria Terzi alle infrastrutture. Lei, invece, al turismo. Due assessorati chiave per rendere la Lombardia una Regione sempre più attrattiva.

«Sì. Sono contenta di essere al fianco di Claudia. Per me è un'esperienza nuova. Stiamo lavorando molto sul ciclo turismo, che riguarda le infrastrutture, genera turismo e richiede la presenza sul territorio».

Nel corso dell'ultimo convegno di Anci Lombardia riservato ai piccoli Comuni, i sindaci delle comunità montane hanno chiesto maggiori incentivi per il turismo e, in alcuni casi, una fiscalità ad hoc. Quanto state facendo per aiutare le zone di montagna?

«La montagna è un tema importante. Vivo la montagna con gioia.riverla con creatività e passione per creare opportunità e occupazione è fida importante prima di tutto per i montanari. Non è un'impresa facile, ma è possibile grazie alla flessibilità che consentono le nuove tecnologie digitali. Quanto allo spopolamento, redo siano le persone del posto a aver apprezzare per prime il proprio territorio. Siamo noi i primi amasciatori di dove viviamo. Rivolgo un grazie ai giovani che oggi credono nel territorio. Ci sono diversi esempi di cooperazione tra giovani a sostegno delle valli. Siamo consapevoli che ci vuole coraggio per far crescere proprio territorio».

A Milano si fa moda tutto l'anno e la città, a livello artistico, non dorme mai. Come si trovano politiche adatte a soddisfare le esigenze di un settore già di per sé eccellente?

«Quando vidi la delega, sorrisi... Ci occupiamo della filiera della donna, ensai, perché da fashion victim sotto lo shopping sul podio. Ho poi coperto i numeri rilevanti dell'economia che sta dietro questo settore. Si tratta di un comparto importante, che in Lombardia vale 35 miliardi di euro, un terzo del nazionale, include 34 mila aziende, e va al tessile alle concerie alla pelletteria e così via. La sfida resta comunque la sostenibilità, poiché proprio l'industria della moda è il secondo comparto più inquinante dopo il petrolio. Abbiamo messo in ampo politiche per 10 milioni di euro per progetti di ricerca e sviluppo sulla moda sostenibile, un milione di euro per le start up di fashion e design, anche se il cardine della filiera della moda resta il saper fare artigiano. Piccoli artigiani lavorano nei griffe mondiali».





**LARA
MAGONI**

50 anni,
assessore
al Turismo,
marketing
territoriale
e moda