

BÈLL E BON, FESTIVAL DELLE TRADIZIONI PIACENTINE SOSTENUTO DALLA BANCA, PRESENTE CON UNO STAND

«La manifestazione che tutti avrebbero voluto fare, ma che nessuno aveva mai organizzato»: così il vicedirettore generale della *Banca di Piacenza* Pietro Boselli ha definito il **Bèll e Bon Festival**, la cui seconda edizione – in programma **sabato 23 e domenica 24 maggio** sul Pubblico Passeggio – è stata presentata nel corso di una conferenza stampa che si è tenuta alla Sala Ricchetti della sede centrale dell'Istituto di credito di via Mazzini. Dopo aver sottolineato valore sia economico che identitario per il territorio, il vicedirettore Boselli ha avuto parole di apprezzamento per «lo straordinario lavoro» degli organizzatori e per l'importante supporto del Comune di Piacenza, definendo il cambio di periodo (da settembre a maggio) «una scelta strategica dalla quale ci si attendono risultati ancora più rilevanti rispetto a quelli dello scorso anno». Boselli ha poi confermato il supporto al Festival da parte dell'Istituto di credito («siamo una banca del territorio e ci fa piacere supportare questo evento»), che sarà presente con uno stand fisso, all'interno del quale verrà proposta un'attività ludico-informativa rivolta al pubblico, coordinata dal responsabile Marketing Riccardo Ronca.

Matteo Castignoli, ideatore del Festival, ha ringraziato sponsor e partner, in particolare la *Banca* per il sostegno e per l'ospitalità e spiegato come il Bèll e Bon sia una vetrina enogastronomica, ma con ampio spazio anche a cultura e arte. «Il primo anno abbiamo registrato 30mila presenze – ha ricordato – e quest'anno le aspettative sono ancora maggiori. Tra gli obiettivi principali della kermesse, la volontà di promuovere il “prodotto Piacenza” anche al di fuori del territorio». Castignoli ha inoltre sottolineato il ruolo determinante del Comune di Piacenza per la realizzazione dell'iniziativa.

L'assessore al Commercio Simone Fornasari ha portato i saluti dell'Amministrazione comunale, esprimendo soddisfazione per un progetto che rappresenta «un vero e proprio pezzo dell'identità della città e del territorio piacentino». Un sentito ringraziamento ha rivolto agli organizzatori, agli sponsor e a tutti i soggetti coinvolti, sottolineando come credere nel progetto già dalla prima edizione sia stato un segnale di fiducia importante. L'assessore ha infine ribadito che il Bèll e Bon «rappresenta oggi una delle massime espressioni del territorio, capace di racchiudere e valorizzare l'identità piacentina in tutte le sue forme».

Il direttore di Confesercenti Fabrizio Samuelli ha dal canto suo sintetizzato il senso del progetto con due parole chiave: «Orgoglio e presunzione. Orgoglio, perché questa manifestazione sta raggiungendo livelli che erano impensabili. Il progetto ideato da Castignoli e Aramini è stato fin da subito condiviso e fatto proprio dalla Confesercenti. Ci sono stati anche momenti difficili, però hanno portato ad un percorso che dopo 9 mesi dalla prima edizione già vede la seconda. Orgoglio perché sono state avvicinate sempre più imprese ed aziende ed è stato allargato sempre di più il programma e le iniziative per

rappresentare sempre di più la piacentinità. Un evento che può essere definito un'iniziativa "nostrana", che spinge il brand Piacenza. Presunzione, intesa in senso positivo, come capacità di inseguire un sogno che unisce il territorio senza divisioni, valorizzando un patrimonio comune riuscendo a superare gli steccati per diventare un bene di tutti e rappresentare il nostro territorio».

Cristian Lertora, presidente di Piaceventi, ha definito il Bèll e Bon come il «festival dell'amicizia», evidenziando lo spirito che ha guidato l'organizzazione. Ha sottolineato come al centro sia sempre stata posta Piacenza, «senza personalismi e con un forte senso di collaborazione tra tutti i soggetti coinvolti. L'obiettivo futuro è quello di portare la "piacentinità" anche all'interno di eventi internazionali ospitati sul territorio, come ad esempio la Balloon Cup».

Lorenzo Aramini (l'altro ideatore dell'evento) ha sottolineato il ruolo del Festival nel favorire l'unione del commercio locale, creando sinergie tra gli operatori. Ha inoltre parlato dell'importanza della componente benefica, «che rappresenta un elemento distintivo dell'iniziativa e non deve essere considerato secondario».

L'art director della manifestazione Giorgio Lambri ha concentrato l'attenzione sul forte valore identitario del Bèll e Bon, che ha definito come «una "tavola condivisa", simbolo della cultura locale e strumento per far conoscere e trasmettere le tradizioni del territorio».

18.5.'26