

CARLO SANGALLI

di **Elisabetta Soglio**

«Milano rallenta
Non reggerebbe
un lockdown»

«Milano non può permettersi un secondo lockdown»: parte da questa premessa il ragionamento del presidente di **Confcommercio Carlo Sangalli** sulla ripresa di Milano. «Dobbiamo ricostruire l'attrattività di Milano ed equilibrare smart working e ecommerce, altrimenti si desertificano la città e l'economia reale».

a pagina 3

«Milano al rallentatore Non può permettersi un nuovo lockdown»

**Sangalli: dobbiamo recuperare la nostra attrattività
«Ecommerce e smart working, serve equilibrio»**

L'intervista

di **Elisabetta Soglio**

**Il rilancio
Abbiamo le Olimpiadi
2026 e la candidatura
a sede del Tribunale
europeo dei Brevetti**

«Milano procede avanti piano, direi al rallentatore». Il presidente di **Confcommercio** e Camera di Commercio, **Carlo Sangalli**, non nasconde la preoccupazione per la ripresa d'autunno.

Milano si è spenta. Da dove si riparte?

«Milano non è spenta: è parzialmente riaccesa ma un nuovo lockdown non possiamo più permettercelo».

La situazione dal vostro

osservatorio come è?

«Covid ha colpito con intensità diversa ma è un problema globale e come tale va affrontato. Un aspetto evidente della crisi sanitaria a Milano è la perdita della sua attrattività. Da un calcolo prudenziale passeremo da circa 11 milioni di visitatori registrati come città metropolitana nel 2019 a circa 5/6 milioni nel 2020. Manca in modo particolare il turismo business. Mancano gli stranieri. Mancano gli studenti universitari, che torneranno forse il prossimo anno. Mancano i lavoratori, circa 700mila in meno tra smart working e cassa integrazione. Mancano i grandi eventi. Una situazione complessa».

Quali sono i settori in maggiore sofferenza?

«Tutti, con perdite rilevanti che per alcune categorie, co-

me accoglienza-turismo, ristoranti e bar, sfiorano l'80 per cento del fatturato. La crisi degli alberghi, ad esempio, è pesantissima. In luglio Milano toccava il 70 per cento di occupazione camere grazie soprattutto ad americani, arabi, cinesi e russi. Dal 3 giugno ha riaperto il 30 per cento degli alberghi ma solo il 15 per cento delle camere. In crisi anche l'abbigliamento con un meno 60/70%, parzialmente limitato dai saldi».

Fino a quando si sentiranno gli effetti della crisi?



«Le ferite sono profonde e molto dipenderà dall'evoluzione dell'emergenza sanitaria. Il lockdown ha di fatto reso necessaria una forma di smart working e la crescita esponenziale del commercio on line. Si sta sviluppando così una "nuova normalità digitale" che, se non equilibrata, rischia di desertificare la città e l'economia reale. Durante i momenti più difficili dell'emergenza si è riscoperto anche il valore e l'utilità del negozio di vicinato che ha continuato ad offrire un servizio insostituibile alle persone e un presidio di sicurezza: quindi, la "nuova normalità digitale" è un'evoluzione inevitabile ma non può essere sostitutiva della realtà e dell'esperienza fisica».

Da emergenza sanitaria a emergenza economica e sociale: quali proposte per la ripartenza?

«Il tema centrale, oltre al sostegno del sistema imprenditoriale, è ripensare Milano e ricostruire la sua attrattività, ragione del suo successo. Riteniamo molto importante il progetto del Comune Milano&Partners, con il brand YesMilano, del quale la Camera di Commercio è socio fonda-

tore e **Confcommercio** partner dell'iniziativa. Attorno a questa priorità va rimesso in moto e rafforzato il meccanismo di alleanze pubblico privato che in passato ha permesso successi rilevanti come Expo. Abbiamo inoltre l'opportunità, nel medio termine, dell'appuntamento con le Olimpiadi invernali 2026 e candidare Milano come sede del Tribunale europeo dei Brevetti».

Cosa vi aspettate dalle istituzioni?

«In questi mesi è stato necessario costruire un percorso di resilienza per il sistema imprenditoriale paralizzato durante il periodo del lockdown. Come **Confcommercio** abbiamo chiesto con forza e in parte ottenuto liquidità per le imprese attraverso indennizzi da riconoscere in misure proporzionali alle perdite subite e accompagnata da congrue moratorie fiscali, da efficaci meccanismi di accesso al credito, da misure di supporto per gli affitti commerciali. Tutte iniziative che vanno confermate e irrobustite subito. Camera di commercio, oltre alla normale attività di sostegno allo sviluppo economico, ha realizzato bandi e interventi straordinari finaliz-

zati a rafforzare le aziende negli asset strategici per garantire la continuità operativa durante la crisi per un totale di oltre 10 milioni di euro».

Come fare in modo che la ripartenza non lasci indietro i più fragili?

«È una sfida nella sfida che si vince sostenendo le imprese, che poi significa sostenere lavoro e famiglie e avere le risorse per aiutare i più deboli. I rischi autunnali legati a possibili chiusure di numerose aziende con ricadute molto negative per l'occupazione sono reali. Si aggiunge poi la preoccupazione per un possibile inasprimento delle tensioni politiche dovute alle scadenze elettorali come quella per Milano. In uno scenario di questo genere sarebbe utile individuare anche una "unità di coordinamento economico" che coinvolga Regione, Comune e Camera di commercio con una funzione di ascolto e indirizzo per rendere più efficaci e mirati i sostegni al sistema imprenditoriale e nello stesso tempo relazionarsi con maggiore forza contrattuale con il governo centrale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Chi è



● **Carlo Sangalli** è nato a Porlezza (Como) nel 1937. È presidente di **Confcommercio** e della Camera di commercio di Milano, Monza, Brianza e Lodi

● Commentando gli scenari di ripresa a settembre, lancia un appello: «La nuova normalità digitale, deve essere equilibrata. Altrimenti — spiega — il rischio è desertificare la città»



I quartieri

In alto, lavori stradali in viale Montello (foto Maule): i cantieri non si fermano. A destra, le attività con i ragazzi in un centro estivo al Gratosoglio (foto Bazzi): il sostegno al tessuto sociale più fragile e la lotta alla disoccupazione, ha ricordato anche il presidente di Confcommercio, sono centrali. In basso, negozi aperti a Ferragosto in via Sarpi (foto Bozzo)



ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DI CONFCOMMERIO IMPRESE PER L'ITALIA