

L'INTERVISTA CARLO SANGALLI.

L'appello al governo del presidente di **Confcommercio** «Le risposte per il momento non sono state adeguate»

«Turismo e negozi in grande difficoltà Subito nuovi sostegni»



Carlo Sangalli
MARIA GRAZIA GISPI

Presidente di **Confcommercio** Imprese per l'Italia dal 2006, rieletto nel 2020, **Carlo Sangalli**, di origini porlezzesi, conosce bene le dinamiche del territorio lariano.

Sangalli è anche Presidente della Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi. L'attività politica tra il 1968 e il 1992 l'ha visto parlamentare della Camera dei deputati, sottosegretario di Stato al turismo e allo spettacolo e Questore della Camera dei deputati.

In questo inizio anno incerto per le imprese del turismo si osservano difficoltà differenti a seconda delle aree e dei settori, quali hanno incontrato problemi maggiori?

La recrudescenza della pandemia, a causa della variante Omicron, ha di fatto rallentato la ripresa economica che il nostro Paese aveva intrapreso da alcuni mesi. In particolare è ancora la filiera turistica quella maggiormente colpita dalle restrizioni. Si tratta di alberghi, ristorazione, tour operator, agenzie di

viaggio, trasporti, servizi e intrattenimento. A questo si aggiunge la paralisi delle discoteche. Penalizzati anche i grandi eventi che in alcuni casi, come il Salone del Mobile di Milano, hanno dovuto posticipare di qualche mese l'apertura.

Anche il commercio al dettaglio ha avuto momenti a tratti positivi e ora negativi: come legge la situazione attuale?

Oltre l'imprevisto fattore Omicron, il caro energia senza precedenti e la ripresa dell'inflazione hanno raffreddato la fiducia di famiglie e imprese. Il calo dei consumi ne è una diretta conseguenza. Pesa soprattutto l'incertezza e questa provoca una complessiva diminuzione della spesa e degli investimenti. Lo scorso anno il nostro

Ufficio Studi ha calcolato una crescita dei consumi dell'8,4%, comunque insufficiente per recuperare il terreno perduto nel 2020.

Tuttavia vanno considerati anche elementi positivi come i risultati della campagna vaccinale e i progressi nella lotta al Covid, precondizione necessaria per ritrovare la via della crescita economica e sociale.

Nei giorni scorsi Confcommercio **Come ha illustrato alcune richieste avanzate alle istituzioni: dalla semplificazione della burocrazia alla moratoria dei mutui, quali sono le priorità per il settore?**

Nel 2020, di fronte a una crisi mondiale sanitaria ed economi-

ca senza precedenti, **Confcommercio** è stata la prima a chiedere e in parte a ottenere liquidità per le imprese del Terziario, le più colpite dagli effetti della pandemia. Ristori, prosecuzione della Cassa integrazione Covid, moratorie fiscali e creditizie sono ancora assolutamente necessarie. E in questo senso, l'ultimo Decreto Sostegni del Governo ha dato solo risposte parziali e dunque insufficienti.

Ovviamente restano prioritarie la riduzione della pressione fiscale, la semplificazione della burocrazia e la ripresa degli investimenti.

Quali ritiene siano gli incentivi strategici sui quali investire per il futuro?

Non c'è dubbio che il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza rappresenti un'opportunità irripetibile per tutto il nostro Paese. Come noto si struttura in sei missioni dedicate rispettivamente ai processi di digitalizzazione, transizione ecologica, mobilità sostenibile, istruzione, inclusione e salute. A queste aree di intervento si affiancano poi tre priorità trasversali che puntano a rafforzare il ruolo dei giovani, la parità di genere e lo sviluppo del Mezzogiorno. C'è tuttavia il rischio che le risorse del Pnrr siano considerate la



risposta a tutti problemi del Paese e dei nostri territori. In realtà sono certamente molto rilevanti, per la Lombardia si parla di oltre 3 miliardi di euro, ma hanno soprattutto l'obiettivo di contribuire a rimettere in moto l'economia italiana colpita più di altre dall'emergenza sanitaria. Inoltre dovrà essere fatto uno sforzo straordinario per la messa a terra dei progetti e per il rispetto dei tempi.

Tornando ai temi che preoccupano le imprese legate al turismo: il certificato Covid digitale dell'Ue è una modalità che semplifica gli spostamenti tra paesi Ue?

Green pass e tamponi sono strumenti importanti legati ai risultati che hanno ottenuto i vaccini. Tuttavia abbiamo sempre detto che per le imprese non devono costituire una complicazione burocratica né un costo aggiuntivo. Allo stesso modo non possono rappresentare una barriera per i flussi turistici provenienti soprattutto dall'Europa. Bene dunque che ai viaggiatori provenienti dai Paesi Ue sia richiesto solo il Green pass e non anche il tampone.

Il certificato Covid digitale dell'Ue esclude parte delle nazioni extraeuropee, come verrà gestita questa situazione?

Anche per questo è importante per i flussi da Paesi extraeuropei l'allargamento e la proroga di importanti corridoi turistici, come ottenuto dal ministro Massimo Garavaglia, che ridà ossigeno ai nostri operatori.

Nel centro lago di Como la presenza di viaggiatori dagli Stati Uniti, Australia e Russia incideva, fino al 2019, in modo rilevante nelle percentuali di accoglienza, ora anche la contingenza geopolitica limita gli arrivi, quale impatto potrà avere?

Pandemia, caro energia, ripresa dell'inflazione e tensioni internazionali, come la crisi in Ucraina, preoccupano fortemente e accrescono l'incertezza per il futuro. Tuttavia abbiamo anche motivi per sperare in un'evoluzione positiva di questi problemi così complessi e drammatici. Sul fronte pandemia la ricerca scientifica sta facendo progressi notevoli anche per quanto riguarda la cura del Covid, mentre sul caro energia il governo è in-

tervenuto in maniera puntuale ma parziale perché manca una risposta strutturale soprattutto per quello che riguarda la dipendenza dalle forniture estere.

A ben vedere si tratta di problemi che certamente impattano sul nostro Paese ma investono il mondo intero. L'Unione Europea finora ha individuato soluzioni di grande rilevanza come NextGenerationEU, da cui deriva il nostro Pnrr che appunto rappresenta l'opportunità più importante per l'Italia. Opportunità che deve tradursi in progettualità e azioni concrete che riportino il nostro Paese sulla via della crescita e di un nuovo futuro.

Si tratta quindi di aspettare che sia superato l'attuale momento di difficoltà?

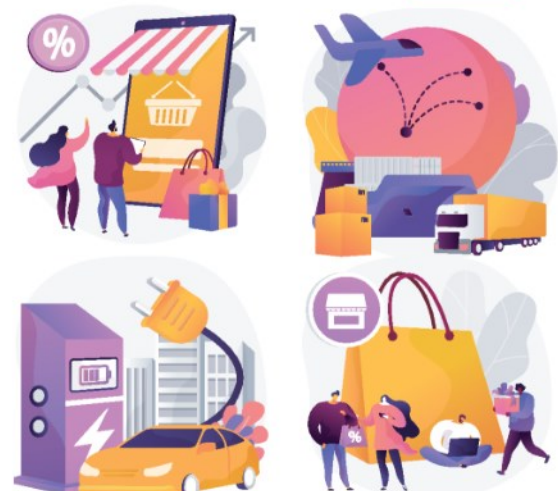
Sì, ma resta più che mai urgente la necessità di prorogare la cassa integrazione Covid per le imprese più colpite dalle restrizioni, oltre a stanziare maggiori indennizzi dal momento che quelli previsti dal decreto Sostegni sono del tutto insufficienti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il calo dei consumi

Così la variazione % del 2021 rispetto ai valori pre-pandemia del 2019

Alimentari, bevande e tabacchi	0,4
di cui alimentari e bevande	2,6
Vestiaro e calzature	-10,5
Abitazione, acqua, elettricità, gas, combustibili	1,2
Mobili, elettrodomestici, manutenzione casa	-10,5
Sanità	-10,5
Trasporti	-10,5
di cui acquisto mezzi di trasporto	-14,2



FONTE: Ufficio studi [Confcommercio](#)

Comunicazioni	5,6
Ricreazione, cultura e istruzione	-14,1
di cui servizi culturali e ricreativi, libri e giornali	-21,5
Alberghi e ristoranti	-29,2
di cui servizi di ristorazione	-27,3
di cui servizi di alloggio	-34,8
Beni e servizi vari	-6,4
TOTALE CONSUMI SUL TERRITORIO	-7,3
TOTALE RESIDENTI	-6,2



La scheda

Vincoli alla socialità e inflazione

«L'incrocio tra i nuovi vincoli alla socialità e alla produzione con il ritorno dell'inflazione, ha generato una diffusa riduzione della fiducia, tanto tra le famiglie quanto tra gli imprenditori. Uno choc di inizio 2022 che non va sopravvalutato ma che non deve essere nemmeno del tutto trascurato». Così [Confcommercio](#) dopo i dati Istat sulla fiducia di consumatori e imprese. «Gli impulsi sui costi dell'energia si stanno, infatti, diffondendo alle altre filiere e cominciano a leggersi nelle dinamiche dei prezzi al consumo, comportando, almeno

nel breve termine, un'erosione del potere d'acquisto delle cospicue attività liquide non protette dall'inflazione. Ciò potrebbe comprimere la dinamica dei consumi, indebolendo la ripresa», spiega l'Ufficio Studi di [Confcommercio](#). «Preoccupazioni sulla crescita - prosegue la nota - si acuisce gravemente il disagio delle imprese, in particolare nei trasporti e nella filiera turistica. Il che ripropone il tema di una ripresa eterogenea, con ampi settori del terziario di mercato ancora in piena pandemia economica».