

# **Carlo Sangalli, presidente della Camera di commercio**

## **Inaugurazione BIT 2011 - Fiera Milano - 17 febbraio 2011**

La Camera di commercio di Milano considera il tema della valorizzazione turistica come uno snodo fondamentale dello sviluppo del nostro territorio.

Per questo la BIT rappresenta per noi una delle manifestazioni più strategiche sul tema e ringrazio la Fiera Milano spa con la quale la Camera di commercio collabora da tempo.

### **Turismo a Milano**

Il turismo è infatti un ambito con ricadute diffuse in diversi settori e tocca da vicino i temi dell'attrattività, della accoglienza e della vivibilità della città. Temi molto importanti al giorno d'oggi per una città come Milano che si vuole confrontare alla pari nello scenario delle metropoli internazionali.

Tanto più che Milano gode di un patrimonio, storico e culturale, molto ricco, che in alcuni casi è ancora tutto da scoprire e valorizzare, come è avvenuto di recente con il Teatro Romano restituito alla città dalla Camera di commercio.

Come si sa il **turismo business** a Milano è preponderante e rappresenta una grande forza: è un turismo di qualità che genera indotto.

Ma considerando il patrimonio artistico e l'offerta di questa città dal punto di vista della cultura e del tempo libero (shopping, calcio, Teatro alla Scala, Musei, concerti, ristorazione tipica ed etnica etc) abbiamo un grande possibilità: si potrebbe **ottimizzare questo capitale del turismo business** prolungandolo in **turismo leisure**.

In altre parole, chi viene a Milano deve essere invogliato a trattenerci un giorno in più per fare shopping, per visitare un Museo, per assistere ad una rappresentazione teatrale e magari deve essere incentivato a portare la famiglia o a tornare per le sue vacanze.

La base da cui partire è proprio il dato straordinario del turismo d'affari e congressuale di Milano rispetto ad altre città del nostro Paese. A Milano, oltre il **70% del fatturato** del comparto turistico è dovuto al turismo d'affari.

I turisti che vengono a Milano per business sono all'anno **3,5 milioni** e si fermano in media **2 notti**. L'indotto generato è pari a **2,6 miliardi di euro**, una cifra di business in grado di mantenere in media oltre **86 mila lavoratori** a Milano, ovvero un posto di lavoro sul territorio **ogni 41 turisti**.

In questo quadro, il settore dell'ospitalità, nonostante il momento di difficoltà vissuto dall'economia mondiale, è un settore in continua crescita.

A Milano sono infatti presenti **850 strutture ricettive** attive sul territorio, in crescita del **5,5%** in un anno.

Le strutture ricettive presenti a Milano sono il **26,1%** del totale lombardo. Un incremento quello milanese superiore al tasso di crescita regionale e nazionale del settore che si fermano al 2,5%.

In questo quadro, la manifestazione **BIT** rappresenta una occasione per poter valorizzare sempre più questo segmento del turismo che, come abbiamo visto, ha un impatto particolare nel settore e particolarmente a Milano.

### **Expo 2015**

Il tema del turismo business si collega certamente ad un altro tema forte quale l'assegnazione a Milano **dell'Expo 2015** che aprirà scenari inediti sia per il turismo business che per il leisure connettendoli sempre più strettamente.

Per questo in Camera di commercio abbiamo avviato i Tavoli tematici dell'Expo su **9 temi strategici** in cui le imprese possono presentare le loro idee e proposte ai vertici della società Expo Spa.

Uno di questi **9 tavoli** è dedicato proprio all'accoglienza e alla ricettività e stanno emergendo progetti e idee molto interessanti. Questo è il nostro modo - come istituzione pubblica a servizio del mercato - per far convogliare le energie e le risorse delle imprese in un ampio progetto quale è Expo, con la prospettiva di avviare una manifestazione internazionale con effetti di lungo periodo e benefici diffusi su tutto il territorio e a vantaggio della collettività.

## **Turismo in Italia**

Il nostro Paese possiede un patrimonio storico, artistico e culturale inestimabile e senza pari al mondo.

Ospitiamo una concentrazione di siti archeologici e di città d'arte di grande bellezza e a questo si unisce la qualità e la varietà della nostra enogastronomia che sono unanimemente riconosciute.

Eppure in questi anni abbiamo perso terreno in termini di competitività rispetto ai principali concorrenti.

L'attrattiva turistica di un Paese dipende, infatti, da un insieme di fattori che includono accoglienza, accessibilità e promozione del territorio.

### **Infrastrutture**

Sulle infrastrutture, in particolare, abbiamo accumulato un gap che, in questi ultimi anni, è addirittura cresciuto rispetto a Paesi come la Spagna e la Francia. Oltralpe, ad esempio, la rete dell'Alta Velocità è molto più estesa della nostra e i porti turistici francesi dispongono di circa **50mila** posti barca in più dei nostri, pur avendo la Francia metà dei nostri chilometri di costa. Ovviamente non esiste solo un problema di infrastrutture e di accessibilità.

Secondo dati della Confcommercio oltre l'80% delle imprese turistiche chiede non solo la realizzazione e il miglioramento delle infrastrutture di trasporto, ma anche eventi promozionali, agevolazioni finanziarie, misure per la sicurezza e la vivibilità delle aree urbane, interventi sul versante della fiscalità.

C'è, infatti, un problema di tariffe e di imposte che ci penalizza rispetto ad altri Paesi europei, si avverte l'esigenza di introdurre strumenti più flessibili in materia di lavoro, serve una maggiore integrazione tra servizi pubblici e privati.

### **Politiche dei servizi**

L'integrazione dei servizi rappresenta un'opportunità da cogliere.

Penso, ad esempio, all'importanza del commercio e al richiamo che le strade dello shopping possono esercitare sui turisti.

Così come è importante riuscire ad attrarre investimenti e capitali.

Per questo c'è, dunque, bisogno di una **politica del turismo forte e coordinata** tra tutti i soggetti istituzionali, sia a livello centrale che locale, con la piena partecipazione dei protagonisti pubblici e privati del settore.

Nella consapevolezza, però, che il turismo nasce e si sviluppa sul territorio e che, da questo punto di vista, gli enti locali rappresentano un interlocutore fondamentale e prezioso per il nostro sistema turistico.

### **Scenario Europeo: Iva**

E' ormai noto a tutti il differenziale di imposizione indiretta che penalizza le nostre strutture nei confronti di Francia, Spagna, Grecia ed oggi anche Germania.

In Francia l'IVA sulle prestazioni alberghiere è da tempo pari al 5,5% e al 7% in Spagna rispetto al 10% applicato nel nostro paese; inoltre dal 1 luglio 2009 la Francia ha anche abbassato la propria aliquota Iva sulla ristorazione dal 19,5 % al 5,5%, ma anche la rigorosa Germania ha effettuato un intervento in sintonia con questi e a partire dal 1 gennaio 2010 ha portato l'Iva sugli alberghi dal 19% al 7%.

Per la vendita di pacchetti e turismo organizzato in Italia l'aliquota è al 20% mentre in Spagna si applica l'aliquota del 16% e in Inghilterra quella del 15%.

### **Tassa di soggiorno**

Nel biennio 2008-2009, la spesa per le vacanze è la voce di consumo delle famiglie che ha registrato il calo maggiore con un **meno 3,2%**.

Fatta questa premessa, certamente c'è un'esigenza dei Comuni di far cassa e di realizzare nuove entrate, ma la tassazione dell'ospitalità turistica non farebbe altro che ridurre la competitività e comprimere le potenzialità di un settore che rappresenta una vera, grande risorsa per l'Italia.

Sarebbe, insomma, un vero e proprio autogol contro la crescita e lo sviluppo di questo comparto che, al contrario, andrebbe sostenuto con scelte in tutt'altra direzione e che, se adeguatamente supportato da buone politiche, potrebbe, nell'arco di pochi anni, raddoppiare il proprio contributo alla formazione del Pil del Paese.