5 febbraio 2023

L'INTERVISTA CARLO SANGALLI. Presidente nazionale di Confcommercio
«Il turismo in netta ripresa, usiamo bene i fondi a disposizione con il Pnrr»

«CITTÀ MENO VIVIBILI SENZA I PICCOLI NEGOZI BISOGNA SOSTENERLI»

MARIA GRAZIA GISPI

Carlo Sangalli, presidente Confcommercio dal 2006, già presidente della Camera di commercio di Milano, è stato parlamentare della Camera dei deputati dal 1968 al 1992. Di origini comasche, è nato a Porlezza nel 1937.
Tra contrazione dei consumi, sfide dell'e-commerce, ma anche prospettive, positive, date dal turismo, commenta la situazione attuale delle attività commerciali del nostro territorio.

Strategie contro la desertificazione commerciale: quali azioni sono in capo agli enti locali, alle istituzioni ma anche ai commercianti e infine ai consumatori?
La desertificazione commerciale non riguarda solo l'aspetto delle attività imprenditoriali ma la società nel suo complesso. Ciò significa: servizi, vivibilità, sicurezza e attrattività che vengono meno.
Serve, dunque, un'azione concertata di parti sociali e istituzioni per evitare questo fenomeno devastante.

> «Il valore del servizio e del rapporto umano fa la differenza»

In primo luogo è necessario un continuo monitoraggio dei territori perché la desertificazione è lenta, progressiva e quindi per lungo tempo invisibile. Quando poi si manifesta è molto difficile invertire la rotta. Per questo è necessario giocare d'anticipo sul fronte delle infrastrutture, dell'innovazione, della promozione e del sostegno al tessuto sociale e imprenditoriale, ognuno, ovviamente, secondo le proprie responsabilità e ambiti operativi.

In conseguenza dell'e-commerce, come sta cambiando il commercio e la relazione con i clienti?
Internet è la più grande rivoluzione tecnologica e socio culturale della storia recente. Un cambiamento epocale che si è diffuso in tempi rapidi grazie soprattutto all'evoluzione tecnologica di tablet e smartphone. L'e-commerce è un effetto di questo grande passo in avanti che ha ampliato a dismisura anche i confini del mondo del commercio. Di tutto il commercio. Dai giganti del web come Amazon fino ai piccoli negozi. La sfida ancora oggi è innovarsi continuamente per cogliere questa grande opportunità nella logica del pluralismo distributivo avendo ben in chiaro la necessità di "uno stesso mercato e stesse regole per tutti".
L'evoluzione tecnologica però oggi corre nella direzione dell'intelligenza artificiale, della realtà virtuale e del metaverso e inevitabilmente questo avrà ripercussioni anche per il mondo del commercio, ma credo che il valore intrinseco del negozio di vicinato, che è quello del servizio, del presidio del territorio e del rapporto umano, resterà sempre. Tanto più che queste piccole realtà imprenditoriali stanno dimostrando di saper utilizzare il web cogliendo nuove opportunità di sviluppo senza però perdere di vista la loro mission.

Carlo Sangalli, presidente nazionale di Confcommercio

Ricerca e formazione del personale: quali sono le strategie?
Proprio la velocità impressa

5 febbraio 2023

dall'evoluzione tecnologica rende più che mai determinante la formazione professionale. Come Confcommercio, ad esempio, abbiamo l'importante esperienza del Capac, Politecnico del Commercio e del Turismo. Oggi, in generale, molte scuole puntano sulle competenze tecniche con un approccio innovativo soprattutto per quello che riguarda la dimensione digitale aprendo così potenzialmente ai giovani le porte del mercato del lavoro e nello stesso tempo quelle del fare impresa.

Le attuali difficoltà, dai costi energetici al cambio generazionale, come incidono sul settore?

L'invasione russa dell'Ucraina, con una pandemia ancora in corso, ha ulteriormente aggravato la situazione economica a livello globale. Il caro energia ha avuto e sta avendo ancora oggi pesanti ripercussioni anche se il prezzo del gas sta diminuendo. Questo significa gravi difficoltà non solo per le grandi aziende energivore ma anche per qualunque piccola impresa che ha visto crescere a livelli esponenziali la bolletta di luce e gas. È anche vero, tuttavia, che la risposta dei governi che si sono succeduti in questi tre anni critici è stata mediamente efficace anche grazie al contesto europeo e, se posso dirlo, alle organizzazioni di rappresentanza come Confcommercio che hanno rilevato puntualmente le criticità attraversate dal sistema imprenditoriale e proposto soluzioni in termini di alleggerimenti fiscali percorribili e sostegni mirati.

Per quanto riguarda il cambio generazionale occorre agire soprattutto su due fronti: il calo demografico e appunto la formazione. Vanno dunque rafforzate le politiche per favorire la natalità e incoraggiati i nostri giovani, che ne hanno la vocazione, a formarsi a livello imprenditoriale

Ricordo che per quanto riguarda le attività storiche abbiamo chiesto e ottenuto bandi regionali a sostegno del ricambio generazionale e della trasmissione di impresa.

Inflazione e guerra: c'è una contrazione dei consumi?

Caro energia e conseguente inflazione, aumento del costo del denaro e calo dei consumi sono effetti principalmente provocati dalla drammatica guerra in Ucraina. Tuttavia i segnali di rallentamento dell'economia, secondo le prime stime del quarto trimestre del 2022, sono meno negativi del previsto con una diminuzione del Pil dello 0,1 per cento. È vero che questa moderata recessione dipende dalla frenata dei consumi ma nello stesso tempo è stata contenuta grazie alla crescita del terziario, cioè delle imprese dei settori del commercio, del turismo, dei servizi, dei trasporti e delle professioni.

Quali sono le prospettive per le attività turistiche?

C'è una netta ripresa del settore turistico sia nazionale che lombardo. I dati della stagione estiva 2022, soprattutto per il ritorno del turismo internazionale, sono quasi ai livelli pre pandemia. Certo, le tensioni internazionali preoccupano fortemente ma le prospettive sono molto interessanti. Penso alla Lombardia e ad alcune zone come quella del comasco di grande bellezza e capacità attrattiva ma ancora semi sconosciute a livello globale.

Il Pnrr mette a disposizione del nostro Ministero del Turismo 2,4 miliardi per investimenti e innovazione. Ecco, credo che la ripresa piena dei viaggi internazionali, le risorse disponibili, il rafforzamento delle infrastrutture e una grande campagna di promozione dei nostri territori a livello internazionale possa rappresentare un'opportunità irripetibile per la crescita e il rilancio del nostro Paese.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

> «Il caro energia sta tuttora avendo pesanti ricadute sulle attività del commercio»

LA PROVINCIA
DOMENICA 5 FEBBRAIO 2023