

**L'EDITORIALE** Il presidente Sangalli

# Il turismo fa girare l'economia milanese: diventi una priorità



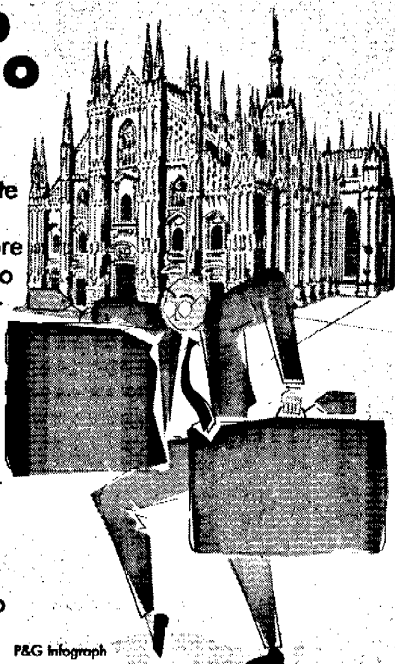
Il presidente della Camera di Commercio di Milano Carlo Sangalli (CdG)

## TURISMO A MILANO

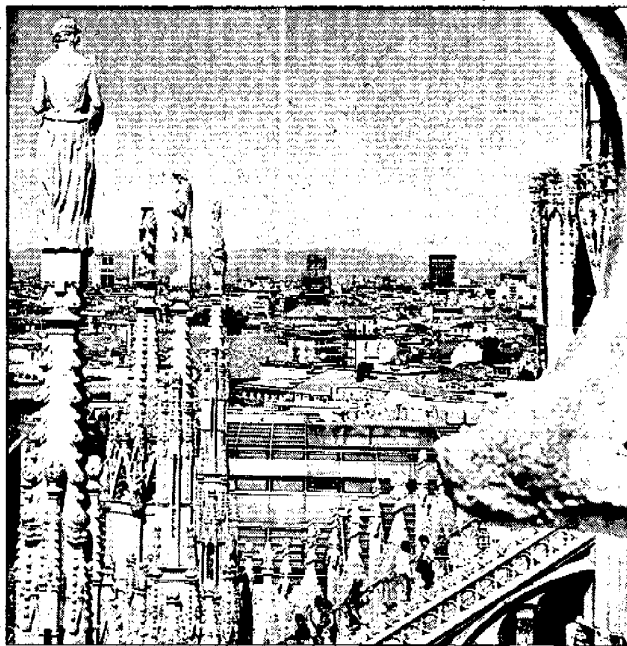
► **6%**  
la percentuale di persone occupate nel settore turistico all'interno del settore dei servizi a Milano

► **14.000**  
le imprese attive nel settore del turismo a Milano

► **3,5%**  
la crescita media annua delle imprese del turismo a Milano



P&G Infograph



Un panorama mozzafiato di Milano dalle guglie del Duomo

di Carlo Sangalli\*

MILANO — Il turismo rappresenta un settore centrale per la nostra economia. Per due motivi. Innanzitutto, ha un grosso peso sull'economia cittadina, rappresentando un'ampia fetta dei servizi: il 6%, quasi 14mila imprese attive in questo campo. E inoltre in espansione: imprese di questo tipo - come alberghi e ristoranti - in un anno sono cresciute del 3,5%. La seconda ragione, ugualmente importante, è che quello turistico si conferma un settore chiave per la nostra proiezione all'esterno: una carta da giocare nella sfida di

questi anni, quella della globalizzazione. Perché sostenere il turismo significa promuovere il territorio: valorizzare le nostre risorse è fare del marketing territoriale: accrescere cioè l'attrattiva della nostra città, fornendole un'arma in più nella competizione con altre città globali. Una realtà economica dinamica quindi, e in continua evoluzione, che però ha bisogno di valorizzare quello che possiede, cioè un patrimonio ricchissimo di luoghi, tradizioni, cultura. Ma che ha anche bisogno di reinventarsi, innovarsi continuamente. Perché Milano è da sempre una città viva dal punto di vista

culturale, ma è anche il centro di quell'operosità, di quell'impegno imprenditoriale costante che ci rende famosi in tutto il mondo, con il made in Italy. È



per questa ragione che è importante spingere la nostra città verso la modernità, perché possa af-

**Bisogna promuovere**

**il territorio con azioni**

**di marketing e preparare**

**la città la città ai flussi**

**che la attraverseranno**

frontare le sfide odierne, ma allo stesso tempo non stravolgere la sua tradizione, che pure è un punto irrinunciabile nel potenziamento della competitività.

E tutto questo combacia con la necessità di "preparare" Milano per i flussi - di persone, commerci, idee - che la attraversano.

Penso ad esempio ai cambiamenti urbanistici in atto: la nuova Fiera su tutti, un cambiamento nel quale la Camera di commercio di Milano ha voluto essere presente, e questa presenza è strategica sia per le imprese sia per la città nel suo complesso. E l'importanza strategica conferita ad altri ambiti, come le infrastrutture e la mobilità, deve parimenti applicarsi anche al turismo. Riportare il turismo nell'agenda delle politiche attive è una priorità.

**\*Presidente  
Camera di Commercio  
di Milano**