

GIÙ LE MANI DA MILANO

«Roma ci scippa? Investiamo»

Sangalli, presidente Confcommercio: «Non si può più vivere di rendita»

■ Giù le mani da Milano. Il presidente della **Confcommercio Carlo Sangalli** non vuole drammatizzare. I tentativi romani di «scippo» dal Giro, alle sfilate di moda al gram premio automobilistico fanno parte della concorrenza, quella con cui ogni giorno si confrontano migliaia di imprenditori. Ma lancia anche un avvertimento alla città che non può pensare di vivere di rendita ma deve investire. «Abbiamo di fronte - spiega Sangalli - una opportunità straordinaria come Expo e non dobbiamo farcela sfuggire». Roma bulimica di eventi? «Milano è la capitale economica del Paese, non c'è concorrenza, servono sinergie»

Alberto Giannoni a pagina 42

GIÙ LE MANI DALLA CITTÀ

INTERVISTA **CARLO SANGALLI**

«Milano deve investire non può vivere di rendita»

*Il presidente della **Confcommercio** sugli «scippi» romani: «Non drammatizzerei, è il mercato. Ma dobbiamo reagire»*

Alberto Giannoni

■ **Presidente Sangalli, Milano rischia di essere «scippata» di eventi importanti, alcuni dei quali parte integrante della sua identità. Che succede?**

«Non drammatizzerei. Tutti i giorni anche centinaia di migliaia di imprenditori si confrontano con la sfida della concorrenza. Milano non sfugge a

questa regola del libero mercato. Ma attenzione, è una regola che per essere sana deve restare nei binari della correttezza e della legalità. Se parliamo invece di scippo usciamo da questi binari ed è certamente un rischio che va evitato».

Primo esempio. Il Giro d'Italia nasce come milanese, eppure per il secondo anno consecutivo ci «snobba». È normale?

«Questa grande manifestazione sportiva è nata proprio a Milano ed è nel dna della nostra città. Non si può, tuttavia, pensare di vivere di rendita. È necessario non perdere di vista quei punti di forza, quelle condizioni favorevoli che ci hanno permesso di ospitare l'arrivo del Giro d'Italia. Quando si perdono queste opportunità, prima di gridare allo scippo,



dobbiamo chiederci tutti insieme se non sono stati fatti errori e correre subito ai ripari».

Un giornale pensa a Roma per le sfilate. Sarebbe un colpo gravissimo...

«Sarebbe più che altro un errore. Milano in questi anni ha meritato di essere uno dei grandi punti di riferimento della moda mondiale. È cresciuta con la moda e la moda è cresciuta con Milano. I più grandi stilisti sono stati adottati dalla nostra città. Detto questo credo che Roma, come ogni altra città, abbia tutto il diritto di trovare un suo spazio nel mondo della moda ma sempre restando nei binari della sana concorrenza. Una guerra tra le due città sarebbe puro autolesionismo per entrambe».

Anche la Rai sta «spegnendo» diversi programmi prodotti qui. Eppure le prime trasmissioni iniziarono qui. Possibile che non conti?

«La città del cinema, inaugura recentemente a Milano, dimostra le potenzialità del nostro territorio. A parte la Rai penso anche agli importanti centri di produzione di Mediaset, di Sky ma anche a quelli delle televisioni locali che dimostrano una notevole vivacità imprenditoriale. L'arrivo del digitale sta già aprendo nuovi affascinanti orizzonti e opportunità che potranno essere colte dai migliori, indipendentemente dalla città di appartenenza».

Però il quadro sembra scoraggiante. Milano è ancora capace di attrarre?

«Non sarei pessimista. Proprio il vostro direttore nei giorni scorsi ha fatto un bell'editoriale sottolineando la necessità di valorizzare le cose buone, le eccellenze di Milano che ci sono eccome. Abbiamo di fronte una sfida dura e straordinaria come l'Expo dove la nostra città si gioca una parte importante del suo futuro e dove è possibile ritrovare motivazioni e stimoli. Milano è sicuramente capace di attrarre ma deve continuare a innovare e investire con coraggio».

Ci sono delle responsabilità in questa progressiva erosione del ruolo della città?

«Più che erosione parlerei di difficoltà nell'affrontare i cambiamenti profondi che stiamo vivendo. Ma mi lasci dire che questo è fisiologico. La storia di Milano è una continua alternanza di momenti alti e bassi. Pensi solo al disastro di Tangentopoli. Oggi stiamo attraversando ancora una volta un passaggio delicato».

Perché?

«Milano non è più una città prevalentemente industriale, è in crescita demografica grazie alle comunità straniere e si confronta con una crisi economica mondiale senza precedenti. È una città alla ricerca di sé stessa, di un'anima, di una visione capace di ridarle il ruolo di metropoli europea. Riusciremo a risalire la china, non ho dubbi».

Che reazione possiamo immaginare? Su un piano politico o meglio una seria azione di lobbying?

«È una questione che abbraccia tutti i piani senza distinzioni, da quello politico a quello economico e culturale. Milano e il suo territorio vanno valorizzati e sostenuti ma senza dimenticare che nell'epoca della globalizzazione è importante agire in una logica di rete e di sistema Italia».

Da presidente di Confindustria nazionale crede che Milano e Roma possano «andare d'accordo»? Come?

«Se la sana concorrenza diventa conflitto, come abbiamo detto, è ovviamente negativo per tutti. La questione Malpensa ne è un esempio e credo che alla fine anche Fiumicino sia stato penalizzato. Le due città devono agire invece in una logica più lungimirante che sappia concretamente valorizzare le eccellenze di entrambe. Expo sarà una banco di prova di grande importanza proprio perché è un evento che parte da Milano ma deve avere ricadute in tutta Italia, Roma compresa. Ma non aspettiamo l'Expo, è necessario entrare da subito in questa logica di siste-

ma».

Milano e Roma sono due capitali?

«La capitale è Roma. Milano, con le sue 300 mila imprese, è stata definita capitale morale ed economica. Le due città devono agire in sinergia e hanno tutte le potenzialità per farlo, una contrapposizione frontale è negativa per tutti».



Expo È il punto da cui ripartire, il vero banco di prova



SFIDA

La moda è storicamente una delle vocazioni di Milano. Ma la città potrebbe perdere le sfilate. Secondo una rivista specializzata Roma potrebbe essere una location migliore