

Sangalli resta a Confcommercio

«Focus su innovazione e territorio»

Rieleto dall'assemblea per acclamazione. Il governatore Fontana: «Per noi un punto di riferimento»

MILANO

È stato rieletto per acclamazione presidente di **Confcommercio Milano**, Lodi, Monza e Brianza, la più grande associazione territoriale d'impresie della **Confcommercio** - e tra le più grandi in Europa: ne conta oltre quarantamila, con 352mila occupati e 113 associazioni territoriali e di categoria aderenti, di tutti i settori del terziario. Alla guida c'è sempre lui, **Carlo Sangalli** detto Carluccio, nato a Porlezza in provincia di Como 85 anni fa. Imprenditore nel commercio d'automobili, già deputato della Dc tra metà anni '60 e metà anni '90 (è stato anche sottosegretario al Turismo e spettacolo nel terzo Governo Andreotti), ha passato gli ultimi trent'anni ai vertici delle più importanti istituzioni del settore: presidente di **Confcommercio Lombardia** dal 1996, di **Confcommercio Imprese per l'Italia** dal 2006, rieletto per tre mandati, l'ultima volta a luglio 2020.

Sei mesi fa è stato riconfermato per il quinquennio 2022-2027 alla presidenza della Camera di commercio di Milano, Monza Brianza e Lodi, che guida dalla fusione, sei anni fa, delle tre Camere in un'unica metropolitana (prima era a capo di quella di Milano). **Sangalli** è «una figura di grande statura che ha scritto la storia recente di questo settore e continua a essere un punto di riferimento - si è complimentato il presidente della Regione Attilio Fontana -. Ci incontreremo presto per condividere strategie a sostegno di

un comparto forte e importante».

Un comparto che l'Ufficio studi della **Confcommercio** metropolitana fotografa nel quadro attuale di transizione post-pandemica, rincari dell'energia, conflitto in Ucraina e inflazione, con le imprese del terziario, 285.096 tra Milanesi, Lodigiani e Brianzani, comunque in aumento del 4% rispetto al 2019. Crescono di più gli addetti (del 10%, a 1.984.827), e cresce soprattutto l'e-commerce: le imprese sono raddoppiate negli ultimi quattro anni (+101%, a 3.850), gli occupati quasi sestuplicati (+483% arrivando a 32.455, a Milano +536%). Aumentano anche le imprese dell'innovazione digitale (+17% e +20% gli addetti), dei servizi (+14%) e turistico-ricettive (+13%), mentre diminuiscono il commercio all'ingrosso (-5%) e al dettaglio, che dal 2019 ha perso il 12% d'impresie nel non alimentare e il 7% nell'alimentare (dove, però, gli addetti aumentano del 6%). A Milano calano i punti vendita del commercio (-4%) ma, a fronte di un leggero calo delle imprese della ristorazione sulle tre province (-2%), crescono le unità locali dei pubblici servizi: +5% per le attività del «comparto movida».

«**Nella Grande Milano** inflazione, caro energia e Covid hanno avuto importanti ripercussioni sul terziario», ha osservato **Sangalli**, sottolineando che il calo degli esercizi commerciali «contribuisce a rendere meno vivibili le nostre città. Serve certamente più innovazione, ma occorrono anche più incentivi per le attività che danno valore al territorio e lo rendono più attrattivo».

Giulia Bonezzi



Il presidente di **Confcommercio** **Carlo Sangalli**

