INTERVENTO PRESIDENTE CONFCOMMERCIO CARLO SANGALLI

A “SHOPPING TOURISM - IL FORUM ITALIANO”

Il Forum italiano di Shopping tourism è un’iniziativa non solo molto interessante, ma anche in naturale sintonia con l’identità della Confcommercio.

“Commercio” e “Turismo” sono due pilastri storici della nostra rappresentanza, non soltanto per numeri di imprese associate, ma anche per la forte connessione tra questi due settori.

E momenti come questo servono a creare consapevolezza, incoraggiare nuove progettualità e a tessere relazioni tra i vari attori della filiera del turismo e del commercio.

Negli ultimi anni il modello del turismo mondiale –penso che oggi se ne parlerà molto- è certo decisamente cambiato.

Come si dice, il turismo è innanzitutto l’acquisto di un’esperienza.

E, se a volte lo shopping è al centro di questa esperienza, sempre ne è una parte non trascurabile, soprattutto quando si parla di prodotti italiani e Made In Italy.

Per questo è molto importante garantire non solo i prodotti che vendiamo, ma anche come li vendiamo.

Se nei nostri prodotti noi vendiamo il Paese, è importantissimo non svendere il Paese.

E’ fondamentale tutelarlo, valorizzarlo, puntare sulla qualità e sulla lotta ad ogni forma di contraffazione, concorrenza sleale e abusivismo.

E’ fondamentale garantire la qualità dell’offerta e del tessuto commerciale, dal pluralismo distributivo alla valorizzazione delle botteghe storiche, dal tema degli orari a quello dei pagamenti al rafforzamento delle competenze e del capitale umano impiegato nel settore.

Quello del pluralismo distributivo è un modello tipicamente italiano.

Un modello caratterizzato dalla compresenza, dimensionale di piccole, medie e grandi superfici di vendita e da quella funzionale di diversi canali di distribuzione

E’ un modello che tiene insieme, a volte in modo faticoso, ma sempre in modo efficace, libertà d’impresa, servizio al consumatore e tutela del lavoro.

Perché la chiave di competitività del nostro sistema Paese non è solo solo Made In Italy, deve essere anche Buy in.

Da qui il grande lavoro che la nostra Organizzazione sta portando avanti ad esempio sul tema della rigenerazione urbana.

 Perché le città, da quelle internazionali come Milano ai piccoli borghi, sono al centro dell’esperienza turistica e il tessuto commerciale è la loro fonte di rigenerazione economica.

Proprio le nostre imprese sono infatti i luoghi dove il cambiamento diventa vita, sono la tenacia delle aree dove non ci si arrende a sentirsi periferia, sono il “presidio sociale” rinnovato in luce e vetrina, sono le insegne dove “storico” diventa turismo e “smart” diventa servizio.

 “Rigenerazione” è, se vogliamo, un bellissimo modo per dire “innovazione”, perché rende bene l’idea di come l’innovazione non significhi buttare il passato, quanto piuttosto recuperarlo con occhi nuovi.

A partire proprio dalla rigenerazione urbana che diventa rigenerazione umana, a servizio della qualità della vita, della bellezza dei luoghi, della sostenibilità dell’ambiente e del futuro delle prossime generazioni.

Così lo shopping da vendita di prodotto diventa logica di servizio, che coinvolge tutta una filiera che arriva appunto dritta al turismo.

Ripeto: una filiera, perché da soli, al giorno d’oggi, non si va da nessuna parte. Abbandonare la logica di filiera vuol dire rinunciare ad un turismo moderno.

L’Italia è un Paese che fa bene quando tutti si sentono chiamati e responsabili di un disegno comune di sviluppo: imprese, istituzioni e corpi intermedi.

Siamo tanti e siamo diversi.

Uniti, ci facciamo riconoscere.

Bisogna mettersi insieme con consapevolezza e qualità sul sistema Italia.

Perché il Made in Italy non è l’esclusiva di una singola impresa, di un solo settore o di un particolare personaggio.

Il Made in Italy è un ecosistema complesso fatto di natura, cultura, stile di vita, quotidianità e storia, attitudini e imprese. E va trattato nella sua complessità.

La nostra forza è insomma la varietà, la forza sistema Italia, così come della Confcommercio.

La nostra debolezza può diventare l’incapacità di lavorare assieme.

Il nostro obiettivo è quello di fare un grande lavoro di squadra.

Vi ringrazio e vi auguro buon proseguimento di mattinata.

*(Confcommercio Milano, 3 dicembre 2019)*