

SANGALLI E LA GOVERNANCE

Giochi invernali Un indotto da 300 milioni

di **P. Lio** e **E. Soglio**

La stima di **Confcommercio** è prudente: per vitto, alloggio e spese varie, atleti e turisti muoveranno nelle due settimane dei Giochi invernali 2026 un indotto di 300 milioni. Intanto, il 27 agosto a Milano nuovo summit per la governance. Forfait del governo.

a pagina 4

I COMMERCianti E LE OLIMPIADI

Giochi, un indotto da 300 milioni «Pronti a entrare nella governance»

Studio sugli introiti delle due settimane. Il presidente **Sangalli**: volano per il nostro branddi **Elisabetta Soglio**

Un indotto, in due settimane, di quasi 300 milioni di euro. Per l'alloggio (71,5 milioni), il vitto (47,2 milioni) e le spese turistiche generate dalla presenza di atleti e spettatori che nel febbraio 2026 saranno a Milano per le Olimpiadi invernali del 2026. L'Ufficio Studi di **Confcommercio** si è limitato ad un calcolo prudente per capire quale potrà essere la ricaduta dell'evento, mentre il presidente dell'organizzazione, **Carlo Sangalli**, esorta i suoi: «Se sapremo lavorare bene, come era successo con Expo, gli indotti saranno importanti e diffusi sul territorio». Certo, la riflessione di metà agosto arriva in un momento delicato per il Paese («C'è forte preoccupazione per la crisi politica ma anche fiducia nel senso di responsabilità di tutti. In particolare modo del presidente Mattarella») e per i commercianti («Qualunque siano le soluzioni, l'Iva non va aumentata e i grandi progetti, come le Olimpiadi invernali, devono

andare avanti spediti»).

Ma intanto, le Olimpiadi sono un segnale positivo. «Milano — osserva **Sangalli** — continua ad ottenere grandi risultati. Se pensiamo anche alla forza economica della città e alla crescita degli investimenti stranieri, possiamo parlare di una Milano città-mondo che corre nel contesto di un Paese che, invece, arranca. Questa doppia velocità finisce però per essere penalizzante e va colta ogni opportunità per accelerare il passo nazionale. Proprio per questo è molto importante che la vittoria delle Olimpiadi invernali, ottenuta con i sindaci di Milano e Cortina, Sala e Ghedina, i governatori di Lombardia e Veneto, Fontana e Zaia, e il sottosegretario Giorgetti per il governo — oltre naturalmente il presidente del Coni, Malagò — sia un successo non solo simbolico di tutto il sistema Italia. E sarà occasione per consolidare il nostro brand nel mondo, facendo crescere turismo e investimenti».

Il modello Expo, continuamente invocato, aveva visto la

Camera di Commercio impegnata in prima fila e anche con un ruolo nella governance. Voglia di bis? «La Camera di commercio — ricorda il presidente — è punto di riferimento di tutte le imprese e una sua presenza nella governance avrebbe certamente senso. L'importante è che, come è accaduto con Expo, il sistema imprenditoriale venga ascoltato e coinvolto nell'evento e nelle decisioni che lo precederanno». A monte, però, bisognerà conciliare il ruolo e le aspirazioni di tanti soggetti: «Una figura di riferimento, simile a quella del Commissario unico, è essenziale. Durante le tempeste di Expo senza uno "skipper" come Sala saremmo



andati a fondo. Una squadra per vincere deve avere un bravo capitano-manager che ascolta tutti, fa sintesi e decide». E poi la squadra: «Prima di tutto — è il suggerimento di **Sangalli** — credo sia necessario individuare rapidamente un team di professionisti competenti nel settore dei grandi eventi, contestualmente a una governance efficiente e un programma condiviso. Sarà poi molto importante mantenere il giusto equilibrio tra il controllo e la trasparenza delle procedure e il rispetto dei tempi». Su quest'ultimo punto, **Sangalli** auspica «la collaborazione con l'Anac che potrebbe avere una supervisione nei passaggi più delicati. Con

una avvertenza: il 2026 sembra lontano, come lo era il 2015, ma il tempo corre veloce».

Altra accortezza sarà fare in modo che la preparazione delle Olimpiadi non distolga le amministrazioni locali dal tema delle periferie: «Migliorare le periferie — ammette **Sangalli** — è un lavoro abnorme. E il problema dei problemi di tutte le grandi città del mondo. Milano ci sta provando e qualche risultato è stato ottenuto. Certo non è facile renderlo visibile ed è proprio per questo che abbiamo condiviso col Comune l'idea di concentrare alcune azioni su un quartiere test come Niguarda. La Regione, con il presidente Fontana, ha poi avviato

il progetto sulla rigenerazione urbana con investimenti oltre i 100 milioni. Credo — auspica **Sangalli** — che un rafforzamento della collaborazione operativa tra Pirellone, Comune e sistema imprenditoriale sui temi dell'hinterland potrebbe creare forti sinergie e portare risultati concreti».

Insomma, un occhio a Milano-Cortina ma la massima concentrazione sui problemi del presente: «Anche perché — conclude **Sangalli** — i Giochi finiranno nel 2026, ma il risanamento delle periferie è destinato a durare nel tempo. E Milano potrebbe proporre un modello che diventi best practice anche per gli altri Paesi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'altra città
Non va dimenticato il lavoro sulle periferie: abnorme ma vitale

Sviluppi

● Le Olimpiadi invernali 2026 potrebbero produrre quasi 300 milioni di indotto per la città ripartito in 71,5 milioni per gli alloggi, 47,2 milioni per il cibo e infine gli incassi legati al turismo

● La Camera di Commercio vorrebbe, come per Expo, una presenza nella governance dei Giochi. Il sistema imprenditoriale deve essere coinvolto nell'evento e nelle decisioni che lo precederanno

● C'è bisogno anche di una figura di riferimento simile al Commissario unico Expo

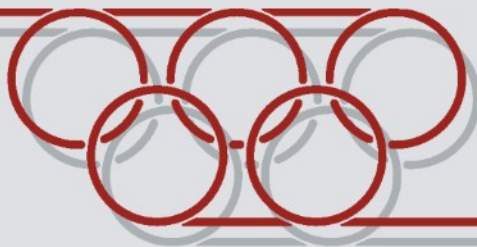
● Il presidente **Sangalli** invita a concentrarsi sui Giochi ma anche a continuare a lavorare sul tema delle periferie: la Camera di Commercio con il Comune ha studiato progetti mirati su un quartiere test come Niguarda

● La Regione dal canto suo ha avviato il piano di rigenerazione urbana con investimenti per oltre 100 milioni

Il dossier














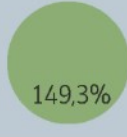


0,8%
valore aggiunto
delle Olimpiadi

341,6
miliardi
valore aggiunto
lombardo annuale



286
milioni
spesa turistica
generata



L'INDOTTO DEI GIOCHI	 Shopping	 Alloggio	 Ristorazione	 Arte e cultura
Spesa turistica attesa (mln di euro)	 45,2 15,8%	 71,5 25%	 47,2 16,5%	 8,3 2,9%
Ricavi medi mensili delle imprese (mln di euro)	 710,7	 47,9	 183,1	 40,3
Incidenza attesa della spesa turistica sui ricavi delle imprese	 6,4%	 149,3%	 25,8%	 20,6%
Imprese coinvolte	18.981	1.137	10.753	2.499

Fonte: Confindustria Milano

L'Ego - Hub