



Il vicepresidente di Confcommercio  
ai primi Stati generali del marketing territoriale lombardo

## Lino Stoppani: le tasse mettono il piombo alle ali del turismo

*La contraddizione dell'imposta di soggiorno  
dazio alla rovescia e l'Iva più alta  
rispetto ai competitor Francia e Spagna*

Milano, 22 gennaio 2013. *“La giusta promozione del territorio, inteso non solo come spazio fisico, ma espressione di valori, di culture, di storia, di tradizioni, di saperi e sapori, può consolidare un marchio, una identità su cui impostare il rilancio della nostra economia”* lo ha rilevato **Lino Stoppani**, vicepresidente di Confcommercio, intervenuto ai primi Stati generali del marketing territoriale promossi da Regione Lombardia con l'assessore Giovanni Bozzetti. *“Ogni buona iniziativa di marketing – ha affermato **Stoppani** - deve anzitutto saper valorizzare le eccellenze che il territorio esprime, sulle quali consolidare buona immagine e circuiti virtuosi, ed essere poi capace di correggere e migliorare quello che non funziona”.*

*“La Lombardia – ha proseguito **Stoppani** - ha numerosi punti di forza, che la rendono attrattiva: la moda, il design, le eccellenze artistiche, culturali, enogastronomiche, le università, i poli culturali, le destinazioni turistiche. Fondamentale, quindi, il ruolo del turismo internazionale come voce importante dell'export regionale, sul quale va rilevata anche la contraddizione rappresentata dall'introduzione dell'imposta di soggiorno, che è un dazio alla rovescia, visto che a pagare è l'acquirente, e che non rappresenta sicuramente una buona azione di marketing territoriale”.* **Stoppani** inoltre ricorda come le tasse che gravano sul turismo siano già più alte di quelle di nostri principali competitor: *“Penso – afferma **Stoppani** - a Paesi come la Francia e la Spagna che, a fronte della nostra Iva nel turismo al 10%, ne presentano rispettivamente una al 5,5% e all'8%”.*

*“Soprattutto in vista di Expo, che è davvero un passaggio strategico per la crescita, occorre tornare ad investire sul turismo. Una Lombardia ancora più attraente per i turisti e gli investitori (solo a Milano il turismo business – fonte Camera di Commercio di Milano – genera 2,5 miliardi di euro e dà occupazione in media ad oltre 80mila lavoratori) – conclude **Stoppani** – è un impegno che ha bisogno di una regia, ma anche della collaborazione e della responsabilità di tutti”.*

Ufficio stampa Confcommercio Milano - corso Venezia 47 - tel. 02/7750222 email:  
relazioni.esterne@unione.milano.it