



# Luglio da record tra shopping arte e nuovi turisti

Picco di presenze: ecco tutti gli «indicatori»

di **Elisabetta Andreis**

L'apice è stato a luglio: 700 mila visitatori, contro i 400 mila di giugno. Da agosto ai primi di settembre si aspettano ancora 550 mila turisti. Nel mese che sta finendo tutti gli indicatori hanno il segno più: dal gas ai rifiuti, dal metrò al traffico aereo. Come ricettività non si arriva mai al tutto esaurito, anche grazie alle case private. Su Airbnb balzano del 7 per cento le prenotazioni, mentre negli hotel il tasso di occupazione è in linea con l'anno scorso.

alle pagine 2 e 3

## Turismo, arte, shopping Il record delle presenze

Il clou dell'estate è passato, l'apice delle presenze in città è stato raggiunto. E ha persino superato le attese: 700 mila visitatori arrivati a Milano in un mese, contro 400 mila in giugno. Agosto, ora, vedrà sgonfiarsi i numeri, concordano gli operatori del turismo e dei servizi. Si aspettano 550 mila turisti di qui agli inizi di settembre.

Non pochi, ma l'anno è andato bene, luglio in particolare. E allora alcuni bar e negozi hanno deciso all'ultimo di anticipare le vacanze e chiudere prima — impossibile fare una stima di quanti visto che anche il portale «Milano aperta d'agosto» dove ci si segnava su base volontaria, non è più attivo.

«L'allarme per gli attentati terroristici si è un po' allenta-

to, quindi il nord Africa, il Mar Rosso e la Turchia sono tornate in auge come mete di viaggio», premette Lino Stoppani che guida Epam, associazione dei Pubblici esercizi di Commercio. Nonostante questo, Milano continua a dimostrarsi sempre più attrattiva, anche adesso, finita l'onda

lunga di Expo.



Per quanto riguarda luglio i segnali sono incoraggianti, anche se a macchia di leopardo. «In Darsena, all'Isola, sui Navigli e intorno al parco Sempione molti locali sono pieni persino in questi giorni. Mentre in Galleria Vittorio Emanuele l'apertura di Cracco e il rinnovo di Motta non hanno cannibalizzato gli affari dei locali storici», continua Stoppani. Il settore della ristorazione vive momenti di euforia, con continue nuove aperture anche di marchi internazionali: «Rendono più dura la concorrenza ma alzano il livello qualitativo dell'offerta».

Nel mese che sta finendo tutti gli indicatori hanno il segno più: dal gas alla spazzatura, dalla metropolitana (più 6 per cento rispetto al luglio 2017) al traffico aereo (più 10 per cento a Malpensa, in lieve calo a Linate, 3,75 milioni di passeggeri totali stimati per luglio). E ancora crescono più del previsto (6 per cento) i visitatori paganti al Duomo, del 10 per cento gli ingressi nelle piscine di Milano sport (il doppio, più 20 per cento, i Bagni Misteriosi). Solo il consumo d'acqua scende, nonostante il numero di persone in città: ma l'anno scorso l'erogazione era stata record per il caldo torrido, spiegano da Mm.

Come ricettività non si arriva mai al tutto esaurito, anche grazie al bacino flessibile delle case private, riserva pronta ad aprirsi al bisogno. Sul portale Airbnb balzano del 7 per

cento le prenotazioni, mentre negli hotel il tasso di occupazione è stato in linea con l'anno scorso. «Per agosto ad ora siamo sotto del 20 per cento ma speriamo di recuperare con le scelte last minute — rimarca Maurizio Naro, presi-

dente dell'associazione degli albergatori Apam —. La concorrenza delle strutture extralberghiere si fa sentire ma in futuro si spera che l'obbligo del Codice identificativo per gli host (Cir) riequilibri la situazione», sottolinea l'esperto.

Nel 2017 l'exploit di turisti era stato dal Medio Oriente, ora il flusso di visitatori si allarga a Cina, Giappone, Sud Corea e Germania. Milano appare in diverse classifiche come la quarta destinazione italiana dopo Roma, Firenze e Venezia. Ormai inclusa a pieno titolo tra le città d'arte.

Sul fronte dello shopping, la società di vendite tax free ricerche Global Blue restituisce un quadro ottimista: lo scontrino medio sale leggermente, trainato da compratori cinesi e in generale orientali (nel Montenapoleone district sono però gli americani ad aver alzato del 10 per cento la spesa rispetto all'anno scorso). Più cauto Gabriel Megh-nagi, presidente di Ascobaires e della rete delle associazioni di strada: «Ha pesato moltissimo il ritardo di una settimana nella partenza dei saldi, cominciati il 7 luglio — dice —. Se siamo arrivati a perdere solo il 4 per cento sul mese è grazie ai turisti stranieri». Il

Sempione, con le varie attività pomeridiane e serali, attira ogni giorno centinaia di persone, mentre dai dati parziali delle prime tre settimane del mese non sembrano brillare i musei civici, meno 9 per cento di presenze (sono numeri ancora provvisori ma il Castel-

lo, in generale in grande spolvero, pare aver registrato un meno 17 per cento e il museo del '900 un meno 6 per cento). «L'offerta museale è aumentata, ad esempio Fondazione Prada registra un'attrazione fortissima in chiave concorrenziale. E anche certe mostre di richiamo possono distogliere dalla visita museale», precisano dall'assessorato alla Cultura. Ora si guarda a settembre, con un palinsesto che — come ormai d'abitudine è strutturato per settimane: Bike, Calcio, Movie city week.

**Elisabetta Andreis**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



#### Online

Le notizie e i commenti sulle iniziative e le presenze in città nei mesi

#### La ristorazione

Locali pieni in Darsena, sui Navigli e all'Isola. In Galleria affari per nuovi marchi e locali storici

#### Nei parchi

Al Sempione centinaia di persone partecipano alle attività sia serali che pomeridiane



# Luglio mese clou: crescono gli indicatori e le vendite

## In gara mostre e musei

## Mezzi pubblici e aeroporti sempre più affollati

### La mappa

- Record di visitatori in città a luglio con 700 mila presenze. Sono state 400 mila a giugno e se ne prevedono 550 mila ad agosto fino agli inizi di settembre
- Negli hotel il tasso di occupazione è stato in linea con lo scorso anno ma le prenotazioni sul portale Airbnb sono cresciute del 7 per cento

- Nel 2017 l'exploit di turisti era stato dal Medio Oriente, ora il flusso di visitatori si allarga a Cina, Giappone, Sud Corea e Germania
- Milano appare in diverse classifiche come la quarta destinazione italiana dopo Roma, Firenze e Venezia

- Lo scontrino medio dello shopping sale leggermente grazie ai compratori orientali, gli americani hanno speso il 10% in più del 2017 in Monte Napoleone estivi sul sito **milano.corriere.it**

