

# È ora che l'economia ricominci a correre con le proprie gambe



Cristina Maderni,  
Presidente FTAF

**In autunno, il Forum dei Fiduciari ticinesi discuterà su come ritornare a competere in un contesto liberista.**

Fra i ricordi in me più vivi del periodo del lockdown, spicca il momento in cui presi la parola in occasione del dibattito sul tema COVID-19, tenutosi in Gran Consiglio il 25 maggio 2020. Mi si poneva il problema di come descrivere l'economia, allora in fase di stallo, auspicandone una ripartenza che non appariva per nulla scontata. La mia idea fu di paragonare l'economia al motore di un'automobile da corsa. Un motore che l'emergenza sanitaria aveva fortemente rallentato, se non quasi spento, costringendo il pilota a sostare ai box per un periodo prolungato. L'obiettivo era dunque rientrare in pista, riguadagnare il tempo perduto nel "pit-stop", accelerare con raziocinio, consapevolezza e soprattutto decisione.

Il più immediato mezzo a disposizione per rendere l'accelerazione possibile era a noi chiaro: aumentare la performance del motore attraverso l'intervento dello Stato. Una sorta di medicina - ma non di droga - giustificata dalle circostanze.

Sono così arrivati, prima i crediti garantiti, le indennità di lavoro ridotto, l'IPG Corona per gli indipendenti e in seguito i casi di rigore. I numeri ci sono noti: i fondi pubblici iniettati nell'economia ticinese dall'inizio della pandemia al giugno 2021 ammontano ad oltre 2.2 miliardi di franchi, o il 7% del PIL. Con riguardo alle sole indennità di lavoro ridotto, da marzo 2020 a marzo 2021, sono 792 i milioni

di franchi erogati a una media di 42.000 lavoratori e quasi 6.000 aziende al mese. Sempre in giugno 2021, è stata superata la soglia dei 100 milioni pagati in relazione ai casi di rigore.

A giudicare dai dati macroeconomici rilasciati nell'estate 2021, la medicina ha funzionato. Il motore romba potente: le previsioni sul PIL 2021 indicano una crescita in termini reali del 3.9% per la Svizzera e del 3.1% per il Ticino. Nel contempo, la disoccupazione ticinese (come misurata da SECO) scende al 2.7%, la fiducia dei consumatori torna ai livelli pre-crisi e il preventivo 2022 delle finanze cantonali stima un deficit inferiore ai 140 milioni di franchi, contro i 240 inizialmente paventati.

Riuscirà il nostro motore a continuare a girare a regime nel tempo? Per fare sì che questo accada, va evitato il rischio che la medicina dello stimolo statale si trasformi in doping. Vogliamo restare in un sistema di mercato, di conseguenza l'economia deve tornare a camminare con le proprie gambe. Nell'immediato, deve mostrarsi capace di non perdere potenza in concomitanza con lo scadere dei programmi di sostegno, che per definizione non possono che essere temporanei e il cui termine si avvicina.

Con la graduale chiusura dei rubinetti pubblici, l'iniziativa passa, anzi, torna al settore privato. Nell'opinione di molti, la chiave del

successo consisterà nella capacità di innovare. Non dobbiamo però dimenticare che l'innovazione la fanno le imprese: per far sì che ciò avvenga, occorre che si metta in moto l'azione degli imprenditori, delle loro aziende e associazioni. Allo Stato, chiediamo di agire su temi fin da troppo tempo noti: la semplificazione della burocrazia, la flessibilità, la fiscalità. Tocca però all'individuo percorrere la "extra mile", quel passo in più che può portare alla stabilizzazione dell'economia. Concentrarsi su questo passo, è quello che oggi chiediamo a tutti noi fiduciari: individualmente, nelle nostre associazioni e nella nostra federazione FTAF.

Anche noi abbiamo sofferto, anche la nostra attività è stata rallentata, ma si riprende. Nel periodo più duro, siamo stati fortemente stimolati a supportare e orientare le imprese e i cittadini.

Ora che l'economia si è riaperta, siamo al fianco della clientela non più per erigere una linea difensiva, ma per consolidare un sentiero di crescita. Questo è l'obiettivo che ci poniamo come imprenditori e come consulenti, questo è il senso in cui va letto il nostro impegno.

Ed è proprio sul tema di come far sì che l'economia possa correre forte in un ritrovato contesto liberista e non più assistenzialista, che intendiamo confrontarci e dibattere in autunno nel corso del "Forum dei fiduciari", finalmente condotto in presenza e aperto a chiunque si vorrà fare attore del rilancio.

Quel motore che la medicina dello Stato ha aiutato a risalire di giri, riuscirà a continuare a correre veloce grazie all'azione privata di chi lavora e fa impresa.

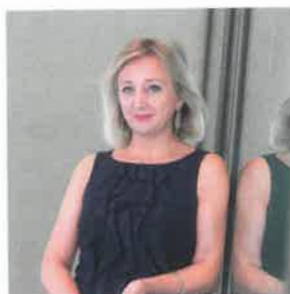
[www.ftaf.ch](http://www.ftaf.ch)

**WATCH ME**

**FORD MUSTANG MACH-E.**  
100% ELETTRICA.  
610 KM DI AUTONOMIA.

Intervista a cura  
di Ticino Economico

# Il commercio ticinese sta cambiando



Lorenza Sommaruga,  
Presidente della Federcommercio

**Lorenza Sommaruga si esprime sui problemi dei negozi ticinesi e su come la pandemia abbia accelerato una rivoluzione verso l'e-commerce.**

**Presidente Sommaruga, dalla sua entrata in funzione nel 2018 sono passati alcuni anni. Ci fa un bilancio personale di questo periodo?**

Ho iniziato in un periodo nel quale la pandemia non era assolutamente prevedibile. Ma non nascondo che già nel 2018 e nel 2019 i commerci erano in grande difficoltà. In quegli anni eravamo nel mezzo di una crisi strutturale, iniziata tempo prima e non stavamo vivendo momenti semplici. In particolare, esisteva un problema legato all'attrattività dei centri delle città. Per questa ragione erano stati realizzati, anche dai Comuni, degli studi per trovare soluzioni e renderli più attrattivi. Tematiche che sono state poi superate dagli eventi legati alla pandemia la quale ci ha immersi in una condizione diversa e che, malgrado la drammaticità umana ed econo-

mica che abbiamo vissuto tutti, ha però dato uno stimolo ai commercianti. Come in ogni momento difficile e di crisi, ci si ingegna e si creano nuove opportunità. La solidarietà dei consumatori ci ha dato una grande forza e anche il Cantone e la Confederazione ci hanno sostenuti.

**In proposito gli aiuti statali sono stati sufficienti per il settore? Vi aspettavate di più?**

Sono stati sufficienti. Penso alle prime iniezioni di liquidità con le fidejussioni che sono arrivate con una grande velocità; ma anche al lavoro ridotto che è stato fondamentale per mantenere i posti di lavoro e ci ha dato la possibilità di poter proseguire con le nostre attività. Se oggi molti negozi sono ancora in

pie di è grazie alla solidarietà dei cittadini e agli aiuti statali. La domanda che in molti si fanno oggi è: fino a quando possiamo usufruire dell'orario ridotto? Sarà fondamentale almeno fino a ottobre e soprattutto esiste una grande incognita per l'inizio del prossimo anno.

perché fossi donna, piuttosto perché la nostra è un'associazione che si basa sull'aiuto reciproco e sul desiderio di portare avanti un discorso comune che favorisca l'intero commercio al dettaglio ticinese.

**Qual è l'attuale situazione per il settore?**

È buona perché, per fortuna, abbiamo avuto molti turisti che ci hanno fatto visita. Sia lo scorso anno sia nel 2021 e questo malgrado un clima di incertezza che sicuramente non aiuta nessuno. E tengo a sottolineare un concetto: le attività commerciali funzionano bene se tutte le altre sono aperte. Quando, per esempio, erano chiusi i ristoranti e i bar anche noi abbiamo sofferto. Malgrado ciò, si riesce comunque a trovare un buon equilibrio e in definitiva ci siamo adattati alla nuova normalità con entusiasmo, mantenendo le misure sanitarie come la mascherina, il disinfezzante e la distanza. In altre parole, facciamo la nostra parte per cercare di debellare il virus il prima possibile. Anche perché siamo coscienti che un altro lockdown sarebbe deleterio per l'intera economia.

**Potrebbero esserci dei licenziamenti?**

Potrebbe essere che qualcuno rivaluti la forza lavorativa al ribasso. È ancora solo un'ipotesi, ma vista la situazione potrebbe accadere, se appunto verranno a mancare questi importanti aiuti.

**Lei è attiva nel luganese da diversi anni. Come è cambiato il commercio al dettaglio?**

Il commercio è in continua evoluzione e sicuramente la pandemia ha accelerato il mutamento. Prima del Covid eravamo immersi in un momento di stasi e cercavamo di capire che aiuti potessero arrivare dall'esterno. Con il virus abbiamo invece compreso che il cambiamento dovevamo farlo noi. E quindi abbiamo iniziato a ottimizzare il lavoro, a cercare articoli migliori per la clientela, ad ascoltare i bisogni del consumatore e abbiamo iniziato a usare i social media. Proprio questi strumenti hanno fatto la differenza e non sono più visti come un concorrente ma come un aiuto alla vendita. Si è creata una nuova mentalità: l'idea che si è fatta strada è quella di continuare a essere presenti sul territorio con il negozio fisico, perché amiamo il lavoro e soprattutto il contatto con le persone. Ma, nel contempo, ci siamo resi conto che avere una vetrina online, dove il consumatore può informarsi sulle novità e i prodotti offerti, è vitale. In molti tra di noi si sono adeguati e organizzati, creando un nuovo canale di vendita oltre al canale tradizione. Tutto ciò ha equilibrato l'andamento della cifra d'affari.

**In quale direzione dovrà andare il commercio ticinese se vorrà restare competitivo?**

L'e-commerce deve essere sempre di più parte integrante a fianco ai negozi fisici. Lavorare sull'online è sicuramente impegnativo e richiede tempo ed energie. Tenere attivo un profilo social e rispondere alle domande dei consumatori richiede del tempo se lo si vuol far bene. Ma se si potenzia questo segmento io vedo anche uno spazio interessante per creare nuovi impieghi e quindi anche aumentare la cifra d'affari. In questo senso sono nati alcuni progetti che guardiamo con interesse. Penso, per esempio alla app MyLugano che coinvolge oltre 250 partner. Carte virtuali che permettono di ottenere sconti e promozioni in negozi, ristoranti, musei, corsi di formazione, manifestazioni culturali e ricreative nonché al Lido e presso altre infrastrutture comunali. Un progetto in evoluzione e che sta portando già i primi frutti. Chissà che non venga preso da esempio da altre realtà del Ticino. E questo per cercare di creare un circuito virtuoso di vendita nei commerci del territorio.

**Lei è anche la prima donna alla testa della Federcommercio. Come è stata accolta dai colleghi?**

Sono gli uomini che mi hanno voluta alla presidenza della Federcommercio e sono stata accolta in un gremio di persone che mi ha aiutata sin dal primo giorno. Ma non tanto



# Occorrono nuove attrazioni

Intervista a cura  
di Ticino Economico



Lorenzo Pianezzi,  
Presidente di Hotelleriesuisse Ticino

**Lorenzo Pianezzi fa un bilancio molto positivo di questi mesi, ma guarda avanti e invita il marketing cantonale e regionale a darsi da fare.**

**Presidente Pianezzi, che giudizio dà dell'andamento turistico in questa prima parte dell'anno?**

È un anno che è iniziato bene e sta proseguendo molto bene. Paragonato al 2019 (quindi alla situazione pre-pandemia) c'è stato un aumento dei pernottamenti del 27% fino a giugno e anche a luglio e agosto le cifre sono state positive, il trend sta proseguendo nonostante il cambiamento dei clienti da giovani e famiglie ai senior. L'occupazione degli alberghi è ancora elevata. Sono cifre che ci

fanno sorridere, ma sappiamo essere dopate dalle circostanze. Anche questa estate non era semplice viaggiare all'estero, certo c'è chi ha viaggiato, ma in molti si sono fermati in Svizzera e sono venuti in Ticino. Il nostro resta uno dei Cantoni più attrattivi insieme all'Oberland Bernese e ai Grigioni.

Se l'anno scorso il 95% dei turisti era svizzero, quest'anno la percentuale di confederati è rimasta comunque alta (tra l'85% e il 90%) con alcuni tedeschi, austriaci e italiani. E a Lugano sono iniziate ad arrivare alcune famiglie arabe. Mentre sono ancora assenti gli americani e gli orientali.

Hotel Splendid Royal



**Il turismo congressuale è ancora fermo?**

In gran parte sì, anche se sta iniziando a dare dei segnali di vita. Per esempio, in primavera è stato organizzato un congresso da Swissmem a Lugano e altri piccoli convegni si sono svolti. Ma soprattutto l'organizzazione dei grandi congressi in presenza, per i prossimi anni, è di nuovo attiva. C'è da dire che la pandemia ha accelerato la tendenza dello streaming e quindi è una possibilità in più che hanno coloro che organizzano congressi, aumentando di fatto i contatti.

**Mi diceva dei giovani che sono arrivati in buon numero.**

In effetti sì. Anche i millennial hanno scoperto il Ticino e le nostre bellezze. E probabilmente in molti ritorneranno perché sono rimasti affascinati dal territorio mediterraneo e dai nostri paesaggi. La sfida del turismo ticinese, per i prossimi anni, è però quella di un rinnovo delle attrazioni. Personalmente penso che si stia gestendo un territorio uguale da 30-40 anni con poche nuove eccezioni tra cui lo Splash di Rivera, il LAC di Lugano e il Lido di Locarno. Invece sono necessarie altre e nuove attrazioni come poteva essere la passerella tra Ascona e le Isole di Brissago, che forse non si farà. Occorre quindi rinnovare il parco delle attrazioni altrimenti i turisti non verranno più.

**Le categorie alberghiere hanno avuto un successo simile o differenziato?**

Dopo la prima ondata pandemica, quindi durante la primavera 2020, le strutture da quattro e cinque stelle hanno avuto un bel successo perché i turisti cercavano strutture che offrissero un pacchetto completo e in sicurezza, senza uscire. Invece quest'anno il cliente ha occupato le varie strutture nello stesso modo.

**Le richieste che avete fatto alla politica sono state ascoltate?**

Differenziamo l'attività tra l'associazione cantonale e Hotelleriesuisse nazionale. Da noi sono stati presi in considerazione i casi di rigore (i finanziamenti a fondo perso), ma i

paletti per poter accedere a un risarcimento erano molto stretti e in molti (tra cui il sottoscritto) non sono riusciti ad avere i fondi richiesti. In questo senso i paletti potevano essere sicuramente più larghi, ma per fortuna i turisti ci hanno aiutato a rilanciarci. A livello nazionale ci sono stati più problemi, soprattutto per le strutture situate nei centri delle città come Zurigo, Ginevra, Berna e Basilea o Interlaken, dove la presenza degli stranieri era forte e non si è visto l'arrivo in massa degli Svizzeri. Ecco perché l'associazione nazionale sta chiedendo fondi di rinnovo per i prossimi anni e altri aiuti per quelle destinazioni che ancora stanno soffrendo.

**Quali sono, a suo giudizio, le prospettive future?**

Dopo questi ottimi risultati e se il turista potrà ricominciare a viaggiare all'estero, esiste la possibilità di un calo dei pernottamenti. Ma se riusciamo a giocare bene le nostre carte e a far ritornare chi ha scoperto il Ticino come i giovani e i Romandi, allora possiamo davvero guardare avanti con ottimismo. Ma, come detto, occorrono nuove attrazioni e puntare sul rinnovamento delle strutture alberghiere e sulla promozione che possa studiare una strategia per portare nuovi turisti al sud delle Alpi.

[www.hotelleriesuisse.ch](http://www.hotelleriesuisse.ch)



Hotel Eden Roc